



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO ACADÊMICO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO

RICARDO LEANDRO DE MACEDO BARRETO

**O CENTRO DE NATAL COMO ATRATIVO TURÍSTICO: UMA
ALTERNATIVA DE TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL**

NATAL
2013

RICARDO LEANDRO DE MACEDO BARRETO

**O CENTRO DE NATAL COMO ATRATIVO TURÍSTICO: UMA
ALTERNATIVA DE TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL**

Trabalho de conclusão submetido à avaliação
como requisito para a aprovação na graduação,
do curso de Turismo da Universidade Federal do
Rio Grande do Norte.

Orientador: Professor Wilker Ricardo Nóbrega
D.Sc.

NATAL
2013

Catálogo da Publicação na Fonte.
UFRN / Biblioteca Setorial do CCSA

Barreto, Ricardo Leandro de Macedo.

O centro de Natal como atrativo turístico: uma proposta viável de turismo cultural/ Ricardo Leandro de Macedo Barreto. - Natal, RN, 2013.
64f.

Orientador: Profº. Dr. Wilker Ricardo de Mendonça Nóbrega.

Monografia (Graduação em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Departamento de Turismo.

1. Turismo cultural - Natal/RN - Monografia. 2. Políticas públicas - Turismo - Monografia. 3. Indústria cultural - Monografia. Centro histórico de Natal/RN - Monografia. I. Nóbrega, Wilker Ricardo de Mendonça. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/BS/CCSA

CDU 338.48-6:7/8

RICARDO LEANDRO DE MACEDO BARRETO

**O CENTRO DE NATAL COMO ATRATIVO TURÍSTICO: UMA
ALTERNATIVA DE TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL**

Trabalho de conclusão submetido à avaliação
como requisito para a aprovação na graduação,
do curso de Turismo da Universidade Federal do
Rio Grande do Norte.

Data de aprovação: ____/____/____

Banca examinadora

Prof. Dr. Wilker Ricardo de Mendonça Nóbrega

Orientador - CCSA/UFRN

Prof. Ms . Márcio Marreiro das Chagas

Examinador interno – CCSA/UFRN

Prof. Ms. Marcelo Chiarelli Milito

Examinador externo - UNP

BARRETO, Ricardo L. Macedo. **O centro de Natal como atrativo turístico: UMA ALTERNATIVA DE TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL**. Ed.UFRN.Natal, 2013.

RESUMO

O ponto inicial para o entendimento desse trabalho é compreender que o turismo cultural é uma alternativa viável de turismo. Em destaque os centros históricos das cidades como possibilidade de vivenciar o turismo cultural. O presente estudo tem como objetivo identificar os fatores limitantes e oportunidades para o desenvolvimento do turismo cultural no centro histórico de Natal. Também tem como objetivo específico verificar o grau de conservação do patrimônio histórico cultural, fatores que estimulam a visitação dos espaços, identificar as ações governamentais em relação ao turismo e diversão na localidade, analisar como ocorre a utilização desses espaços. Com base na pesquisa do tipo exploratória, o estudo utiliza as entrevistas, os relatos e a observação junto à população, visitantes e funcionários das localidades entrevistadas. Os resultados da pesquisa mostram que com uma divulgação maior e mais ações do poder público podem tornar o centro da cidade do Natal uma opção de atrativo turístico.

Palavras-chave: Turismo, centro, cultural.

BARRETO, Ricardo L. Macedo. **The center of Natal as a tourist attraction: AN ALTERNATIVE HISTORY-CULTURAL TOURISM.** Ed.UFRN.Natal, 2013.

ABSTRACT

The starting point for the understanding of this work is to understand that cultural tourism is a viable alternative tourism . Highlighted the historic centers of cities such as possibility of experiencing cultural tourism . This study aims to identify the limiting factors and opportunities for the development of cultural tourism in the historic center of Christmas. Also specifically aims to verify the degree of preservation of historical cultural factors that encourage visitation spaces , identify government actions in relation to tourism and entertainment in the locality , analyze how the use of these spaces . Based on the research of the exploratory type , the study uses interviews , reports and observations from the public , visitors and employees of the localities surveyed . The research results show that with a bigger and dissemination actions of government can make the city center an option to Christmas tourist attraction.

Keywords : tourism , downtown , cultural .

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 -	Fachada da Igreja do Galo	42
Figura 2 -	Parte interna do Museu do Brinquedo	43
Figura 3 -	Fachada do Bar e parte do espaço do Largo do Zé Reieira	44
Figura 4 -	Fachada da Pinacoteca	45
Figura 5 -	Fachada do Instituto Histórico e Geográfico	47
Figura 6 -	Fachada do Memorial Câmara Cascudo	48
Figura 7 -	Extensão do Beco da Lama	49
Figura 8 -	Fachada Capitania das Artes	50
Figura 9 -	Extensão da Rua Chile	51
Figura 10 -	Fachada Teatro Alberto Maranhão	53

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
1.1 Justificativa	9
1.2 Objetivos	10
1.2.1 Objetivo geral	10
1.2.2 Objetivos específicos	10
1.2.3 Apresentação da estrutura do trabalho	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO	11
2.1 Turismo, cultura e patrimônio.	11
2.2 Políticas públicas de turismo no Brasil e revitalização dos centros históricos no Brasil.	19
2.3 A indústria cultural e suas relações com o turismo.	25
3 CENTRO HISTÓRICO DE NATAL: ASPECTOS SOCIAIS, CULTURAIS E ECONÔMICOS.	31
3.1 Metodologia da pesquisa	31
3.1.1 Tipo de pesquisa	31
3.1.2 Abrangência do estudo	31
3.1.3 Coleta de dados	31
3.1.4 Análise dos dados	32
3.2 Aspectos históricos e culturais do município de Natal	33
3.3 Aspectos econômicos e turismo no município de Natal.	37
3.4 Turismo cultural no Centro histórico de Natal.	39
3.5 Refletindo as ações no centro de Natal.	41
CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
REFERÊNCIAS	59
APÊNDICES	62

1. INTRODUÇÃO

O fenômeno social do turismo nos dias atuais é bastante difundido nos discursos políticos através dos gestores que atuam no setor turísticos e também bem difundido por parte dos empresários do setor nas últimas décadas.

A utilização da costa brasileira para fins turísticos pode ser considerada um fenômeno recente, mas já possui um representativo apelo midiático, diferente de outras potencialidades do turismo, como por exemplo, o turismo cultural. Esse tipo de turismo possui elementos e aspectos históricos com sentimento de pertencimento de cada localidade e necessitam uma maior atenção por parte do setor turístico.

No município de Natal os atrativos turísticos mais explorados são aqueles relacionados ao turismo “sol e praia”, com apelo publicitário fomentado pelo poder público e por parte dos empreendedores locais. Até porque as políticas públicas de turismo nas últimas décadas em Natal focaram apenas nesse turismo mais litorâneo através do Programa Regional de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR/NE), que desenvolveu com grande destaque o projeto Rota do Sol, envolvendo também municípios da grande Natal. O outro grande projeto foi o do Parque das Dunas-Via Costeira que em 1977 não incluiu em seu documento oficial nenhum objetivo que incentivasse a preservação da cultura e história local. Contudo, Natal entrou para a rota dos destinos mais procurados na região Nordeste. A seguir a tabela do fluxo de passageiros em Natal, comprovando que através dessas políticas houve uma evolução do município como destino turístico. Esse processo de mudança teve destaque em 1990 com um crescimento de 158,29 % em relação ao ano de 1985.

Evolução do fluxo de passageiros

	Embarques	Desembarques	Total	Varição em %
1980	81.759	80.161	161.920	-
1985	101.345	100.353	201.698	+ 24,56
1990	207.804	210.422	418.226	+ 158,29
1995	212.724	202.493	415.217	+156,43

Fonte: Cruz (2002, p.90).

Nesse contexto, outras possibilidades de turismo acabaram ficando em segundo plano ou apenas como possibilidade secundária de turismo. Essas possibilidades alternativas ao turismo que vem sendo oferecido e explorado na cidade de Natal podem servir de atrativos para um turismo mais social, voltado para a cultura e história da cidade, em detrimento do já explorado e difundido turismo de sol e praia. O apelo a esse tipo de turismo sol e praia, incentivado pelos gestores públicos locais é compreensível, pois gera divisas, movimenta a economia do município, agregando diversos serviços que automaticamente geram postos de trabalho.

Por outro lado, existem outras alternativas viáveis de uso dos potenciais turísticos, como o centro da cidade, podendo tornar esse turismo histórico-cultural uma opção de turismo alternativo ao que vem sendo proposto no litoral da cidade de Natal. As outras possibilidades de aproveitamento do espaço físico com aspectos e elementos históricos serão discutidas e verificadas durante o desenvolvimento desse estudo. Com base nessas situações surge a seguinte indagação: De que forma o centro histórico de Natal apresenta-se como um atrativo turístico para a os turistas e para a localidade? Pretende-se responder essa questão durante o desenvolvimento do estudo.

Espera-se criar com esse estudo, um material consistente que possa servir para pesquisas futuras, no que diz respeito ao turismo histórico e cultural. Estudantes, professores, moradores do município de Natal, os turistas e os gestores públicos de turismo poderão se utilizar das análises do trabalho que será desenvolvido. Além disso, o estudo virar a somar aos trabalhos acadêmicos já existentes sobre a temática, contribuindo na pesquisa e leituras do meio acadêmico.

1.1 Justificativa

Normalmente para que um atrativo com potencial turístico possa ser explorado e utilizado pelos turistas torna-se necessário a existência de uma promoção desse atrativo, nos diversos tipos de mídia, seja pela promoção do poder público ou por parte da iniciativa privada. Torna-se necessário a presença dos roteiros turísticos do centro de Natal nos diversos tipos de promoção turística, para que possa ser melhor explorado. Além do mais existem pessoas que se identificam mais com o turismo cultural e histórico e às vezes deixam de vivenciar, pois os meios receptivos e os meios que desenvolvem a promoção focam mais nos atrativos litorâneos.

O Ministério do Turismo também já vem se preocupando em promover a diversificação desses atrativos, o que consiste em descentralizar as ações do turismo sol e praia e assim ofertar mais possibilidades de atrativos turísticos. E essa preocupação do Ministério pode-se estender as pesquisas e trabalhos científicos realizados no meio acadêmico.

Através desse trabalho, as pessoas poderão ter uma visão mais ampla dos potenciais existentes no centro da cidade do Natal, com seus prédios históricos, sua culinária regional, seus costumes e sua arte.

Os dados obtidos poderão servir para a criação de possibilidades viáveis de desenvolvimento e promoção dos potenciais turísticos do centro, no intuito de possibilitar alternativas para os turistas, como também para as pessoas que residem no município de Natal. Pessoas que não conhecem os elementos que fazem parte da história da cidade, poderão se interessar mais sobre a temática e vivencia-la.

Compreender a importância do turismo cultural nos roteiros e pacotes turísticos faz-se necessário para uma reflexão do que vem sendo proposto na capital natalense e os estudos com a temática de um turismo histórico – cultural pode auxiliar nessa reflexão. Outra relevância é que o estudo poderá despertar no cidadão natalense um interesse maior em conhecer os locais pertencentes a sua identidade cultural e histórica, em parte esquecida com o passar do tempo e a ausência de vivências nos potenciais turísticos do centro do município de Natal.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Analisar os fatores limitantes e oportunidades para o desenvolvimento do turismo cultural no centro histórico de Natal.

1.2.2 Objetivos específicos

- A) Verificar o grau de conservação do patrimônio histórico cultural.
- B) Identificar os fatores que estimulam a visitação dos espaços históricos culturais.
- C) Identificar as ações governamentais em relação ao turismo e lazer na localidade.
- D) Analisar como ocorre a utilização desses espaços.

1.2.3 Apresentação da estrutura do trabalho

Em relação à organização do referido trabalho, o estudo foi dividido por capítulos. Após a introdução, o segundo capítulo irá tratar do turismo cultural e patrimônio, as políticas públicas de turismo e revitalização dos centros históricos no Brasil e por fim a indústria cultural e suas relações com o turismo. Em seu terceiro capítulo foi abordado os procedimentos metodológicos do trabalho, além de toda a caracterização do estudo, discutindo os aspectos históricos e culturais no município de Natal, aspectos econômicos e o turismo em Natal e o turismo cultural no centro histórico de Natal.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Turismo, cultura e patrimônio.

Através da discussão sobre o turismo e suas relações que serão dialogadas ao longo desse estudo nos próximos capítulos, pretende-se desenvolver uma reflexão do que vem se pensando e discutindo sobre o turismo cultural em nosso país.

A atividade turística cresceu de uma forma muito rápida em todo o mundo. O turismo movimenta direta e indiretamente a economia de várias localidades em todo o mundo. Com isso torna-se uma atividade consolidada e que atrai o interesse de investidores e do poder público. Para Nóbrega (2009, p.131):

El turismo ocupa hoy un lugar destacado en la economía mundial. Los beneficios generados a partir de la utilización del espacio acabó despertando el interés no sólo de la iniciativa privada sino también de la administración pública. La actividad es capaz de modificar lugares proporcionando un dinamismo económico, envolviendo cuestiones sociales, culturales y ambientales.

Percebe-se que a atividade turística é capaz de envolver toda a sociedade nos mais diferentes aspectos. A intervenção do turismo de certa forma pode atingir quem vivencia a atividade e quem vive nas localidades onde se desenvolve esse tipo de atividade. E quem vivencia tem cada vez mais facilidade para praticar o turismo.

Novos aspectos, como a facilidade na comunicação tem modificado a dinâmica do turismo de forma acelerada. Tudo é mais rápido desde a contratação de um pacote turístico completo até os tipos de serviços que são prestados para o turista, facilitando as escolhas e proporcionando um maior conforto e comodidade nessas relações. Para Antunes (2006 p. 201):

As regiões turísticas deparam-se com o crescimento populacional, com a introdução de novas tecnologias indispensáveis ao desenvolvimento do turismo, tais como novas redes de comunicação e novas redes de transporte, entre outros fatores que modificam a cultura vigente.

Portanto, a atividade turística acompanha as mudanças tecnológicas e se apropria de suas vantagens para promover o desenvolvimento da atividade turística, com grande destaque na maneira de se relacionar e deslocamento de quem se utiliza dos serviços turísticos e também de quem está envolvido com essa atividade.

Outro aspecto que deve ser levado em consideração é o que a atividade turística pode proporcionar para a localidade além das novas relações sociais. O fator econômico também deve ser estar presente nos projetos turísticos, com intuito de beneficiar a população local também. Para Banducci Júnior (2003, p.36):

Os empresários que atuam na área preferem trazer empregados de fora, pois eles têm mais experiência no trabalho com o turista, a preparar os trabalhadores locais. Esses últimos, com uma inserção marginal no mercado turístico, acabam não encontrando mais condições de reproduzir seu modo e sua qualidade de vida pretéritos, devendo se adaptar forçosamente às novas regras sociais estabelecida por aquele mercado.

Com isso, o novo cenário de rápido crescimento turístico vem de certa forma, sufocando a população local. Essa dinamicidade não permite um maior aproveitamento das pessoas que residem na localidade e automaticamente não acrescenta tanto o montante financeiro da economia local. Talvez, por esse motivo no Brasil os atrativos turísticos relacionados à cultura ainda sejam pouco explorados. Esse tipo de turismo pode proporcionar uma identificação com o lugar para o visitante, deixando uma sensação de pertencimento ao local, mesmo sem residirem, pois o convívio e o contato nesses ambientes sempre permanecerão na memória das pessoas. De acordo com Ávila (2009 p.18):

Diversos destinos, apesar de suas potencialidades, não conseguem promover adequadamente o turismo cultural. No Brasil, ainda não existe a consciência do que cultura e turismo podem representar para o desenvolvimento, ou, se existe, até o momento pouco foi feito para colher os benefícios que supostamente se possa obter.

Até porque, o histórico do planejamento turístico no Brasil foi sempre mais focado na exploração e promoção do turismo no litoral, através do turismo sol e praia. O turismo cultural é uma alternativa que tem recebido mais atenção nas últimas décadas. Portanto, falta ainda um despertar para a importância que o turismo cultural pode representar para uma localidade, seja pelo seu

desenvolvimento econômico ou outros tipos de melhoria que a atividade turística cultural pode oferecer.

Para entender melhor a relação da cultura com o turismo é necessário compreender as características da cultura em uma localidade. Para Ávila (2009 p.19):

Neste sentido, é através da cultura que as comunidades e as localidades se diferenciam entre si. Portanto, a cultura é que proporciona a singularidade de uma raça e de um povo, sendo a formadora da identidade destes, que é o fator de atratividade no turismo. Entende-se, assim, que quando se está falando de cultura, faz-se referência à alma de um povo.

Essas particularidades específicas de um povo são expressas através da cultura, dando um perfil ao local, tornando a visita da localidade uma experiência única e diferenciada, pois a cultura faz parte da essência do lugar. Outro aspecto importante da atividade turística cultural, é que quando ela é apoiada por outros segmentos sociais públicos como a prefeitura, conselhos, associações e privados como o empresariado local, torna-se capaz de proteger o patrimônio material e imaterial das cidades quando essa proteção é formulada no planejamento turístico. De acordo com Antunes (2006,p.16):

Ao analisar a literatura pertinente o tema tratado, nota-se um certo consenso em torno do fato de que o turismo pode e deve desenvolver-se, porém sob a perspectiva dos benefícios gerados a partir da preservação, tanto dos patrimônios históricos, culturais e naturais, como dos sociais. Esta não resume uma simples tarefa. Dada a sua complexidade, sugere-se que ela seja desempenhada tanto pelo poder público como pela iniciativa privada e pela comunidade.

Contudo, uma ação integrada dos diversos atores sociais faz-se necessário para a consolidação das ações que possam preservar e manter o patrimônio material e imaterial das áreas que desenvolvem a atividade turística. A preservação além, de manter a identidade da cultura local, torna-se necessário até mesmo para a continuidade da atividade turística na localidade, beneficiando a comunidade residente e os visitantes.

Um grande exemplo de que a atividade turística pode sim ser planejada de maneira que venha beneficiar visitantes e a comunidade local é a cidade de Ouro

Preto que consegue associar suas raízes a atividade turística. Segundo López (2003, p.66):

A cidade de Ouro Preto é patrimônio histórico e artístico nacional e da humanidade. É considerada, no circuito turístico, uma das cidades históricas mineiras. Sobre esses espaços são atribuídos vários símbolos e imagens em torno dos quais se constroem vários discursos que procuram e pretendem caracterizar e classificar o chamado acervo nacional. O conjunto do patrimônio é formado por monumentos civis e religiosos, museus, chafariz, e bens imóveis, sobretudo esculturas e ornamentos religiosos, os quais representam as encenações e os cenários de memórias e histórias que pretendem apresentar as raízes e tradições brasileiras.

A cidade consegue manter suas tradições, expor o seu acervo e consequentemente preservar o que tem, através de ações organizadas que fazem parte do acervo desse patrimônio material e imaterial do Estado de Minas Gerais, do Brasil e porque não dizer, do mundo.

Percebe-se nesse caso uma interação amistosa entre a população residente e os turistas, com troca de experiências de forma harmoniosa. Para López (2003 p.79):

Entendem também como um privilégio a possibilidade da relação de troca de experiências, símbolos etc. – o ato de compartilhar dessa paisagem está revestido de uma “ reciprocidade” entre moradores e visitantes e, desse modo, entre nações e pessoas. O uso que os moradores fazem desse acervo é uma apropriação simbólica da responsabilidade por sua guarda, proteção e manutenção, mas também evidencia as trocas entre diferentes identidades não apenas nacionais, mas também regionais.

Nota-se um sentimento de pertencimento e orgulho de quem reside na cidade. O indivíduo sente-se parte do processo de uso e preservação dos atrativos existentes na localidade. No entanto, o processo de intervenção também tem suas falhas e também não consegue agradar a todas as pessoas. Mas de modo geral, nota-se uma interação amistosa.

Ao citar o exemplo do patrimônio histórico mineiro, se faz necessário uma conceituação do que é patrimônio. Para iniciar a discussão de seus elementos é necessário essa compreensão do significado e saber quais as diversas formas que o patrimônio pode representar. Segundo Figueiredo (2012, p.358):

De esa forma, el patrimonio se ubica como concepto con dos variables: la valoración “intrínseca” dada por el grupo social (el papel de los especialistas, científicos e historiadores es fundamental S. Lima Figueiredo. W. Nóbrega, M. Bahía y A. Piani Planificación y gestión de las visitas al patrimonio natural y cultural 359 aquí), basada en sus características ontológicas, y en la valoración extrínseca dada por el medio, por la cultura y por el mercado, como mercadería a ser vendida o “mercadería simbólica”. Así, también encierra dos dimensiones: la de ser preservado y la de/para ser visitado. Dentro de la perspectiva de la gestión del turismo, se convierte en una “atracción”.

Nota-se que o patrimônio pode ter uma representação física ou simbólica. As pessoas é quem vão dar esse sentido, com o intuito de manter os monumentos representados para futuras gerações. É como se o passado estivesse na frente das pessoas ao alcance de todos.

Outra compreensão do significado de patrimônio, mais especificamente patrimônio histórico pode-se perceber nas palavras de Choay (2001, p.11):

Patrimônio histórico. A expressão designa um bem destinado ao usufruto de uma comunidade que se ampliou a dimensões planetárias, constituído pela acumulação contínua de uma diversidade de objetos que se congregam por seu passado comum: obras e obras primas das belas artes, e das artes aplicadas, trabalhos e produtos de todos os saberes e savoir-faire dos seres humanos. Em nossa sociedade errante, constantemente transformada pela mobilidade e ubiguidade de seu presente, “patrimônio histórico” tornou-se uma das palavras chaves da tribo midiática.

O patrimônio histórico é algo que transcende a comunidade na qual o bem se localiza. Torna-se algo para ser apreciado por qualquer pessoa, seja morador da localidade ou visitante.

Também nota-se uma preocupação maior por parte da sociedade ao longo do tempo com a preservação e conservação do patrimônio. Inicialmente a preocupação maior era com os monumentos históricos. De acordo com Choay (2001,p.14):

Da primeira Conferência Internacional para Conservação dos Monumentos Históricos, que aconteceu em Atenas, em 1931, só participaram europeus. A segunda, em Veneza, no ano de 1964, contou com a participação de três países não europeus: a Tunísia, o México e o Peru. Quinze anos mais tarde, oitenta países dos cinco continentes haviam assinado a Convenção do Patrimônio Mundial.

Os países perceberam a importância de desenvolver cuidados específicos para que o patrimônio de cada país não se perdesse com o passar do tempo, devido a falta de cuidados adequados com os elementos que formam o patrimônio. Com o tempo a preocupação passou a ser com todo o tipo de patrimônio, seja cultural, histórico ou natural.

Quando esses elementos ou lugar tornam-se patrimônio de uma localidade são no intuito de tornar possível sua apreciação por parte de futuras gerações. Esse caráter diferenciado pode ser visto por aspectos diferentes, como a beleza, a raridade, entre outros. Para Figueiredo (2012, p.357):

Carácter especial: quiere decir la intra-significación e interpretación de fenómenos, manifestaciones, objetos, lugares y saberes como especiales imbuidos de um significado especial no trivial sino sagrado y no cotidiano. Especial en el sentido de distinto de otros, sin marcas ni sellos grabados (todos tienen, pero algunos tienen más) destacados con significados compartidos por sus productores e identificados por los de afuera como elementos especiales de la cultura. A menudo hay una falta de correspondencia entre estos elementos y los identificados por las políticas públicas, los medios, etc.

O elemento quando se torna patrimônio de um lugar, passa a ser algo diferente e atípico do dia a dia da sociedade da localidade. Passa a representar parte da cultura específica do local. O elemento passa a ter outra função além do seu propósito anteriormente dado, seja um bem físico ou algo imaterial.

Além de despertar a curiosidade, os elementos que formam o patrimônio devem ser viabilizados pelo poder público de uma maneira que o acesso por parte dos visitantes não provoque uma degradação do local visitado. Isso pode ser visto nas palavras de Figueiredo (2009,p.361):

Dirección de los flujos de visitas La dirección forma parte de la forma en que la información debe ser transmitida para que el patrimonio o atractivo pueda ser admirado y provoque sensaciones, pero de manera tal que esa experiencia proporcionada no produzca su propia destrucción. La dirección del flujo de visitas sirve a dos objetivos: la protección del patrimonio o atractivo evitando la gran concentración espaciotemporal de personas y estructuras que pueda perjudicarlo; y la planificación del itinerario de acuerdo con el programa educativo o de interpretación, maximizando la experiencia de la visita y la aprensión de las sensaciones.

A visitação deve disponibilizar uma infra estrutura adequada ao mesmo tempo em que deve atentar para os cuidados com os elementos que tornam essa visitação atrativa.

Até porque, a visitação faz parte do viés econômico do patrimônio. De maneira direcionada, o patrimônio cultural é colocado como um produto também. Criam-se meios de acesso e utilização que dão um sentido turístico a esse produto, como uma venda de qualquer outro tipo de serviço. De acordo com Figueiredo (2009,p.359):

Elaborados en forma de mercadería y puestos a la venta, los elementos de la cultura y de la naturaleza pasan a ser elementos que componen productos, del turismo o culturales y poseen un nuevo rol: en la dinámica entre sus características intrínsecas, sociales, mercadológicas y patrimoniales, sirven a la producción de sentido como símbolo de un grupo social, de un anacronismo que posee una existencia justificada, y de un productor de sensaciones placenteras (o no). Esto quiere decir que es “importante” que sea conocido y debe recibir visitas públicas; por lo tanto, debe devolver el esfuerzo de preservación, educando, sirviendo de ejemplo y provocando sensaciones relacionadas con la conservación.

Não significa que seja algo prejudicial. Pode até despertar uma consciência maior de preservação daquele bem que sofre a intervenção, pois as pessoas poderão verificar o estado de conservação e terão possivelmente um cuidado com o patrimônio, para que gerações futuras também possam conhecer e vivenciar tal experiência.

Esse cuidado com o patrimônio vai além dos espaços físicos delimitados pelo local de visitação turística. Atualmente, as atenções também são direcionadas para o entorno do elemento patrimonial. Para Choay (2001,p.12):

Enfim, o domínio patrimonial se limita mais aos edifícios individuais; ele agora compreende os aglomerados de edificações e a malha urbana: aglomerados de casas e bairros, aldeias, cidades inteiras e mesmo conjunto de cidades, como mostra a “lista” do Patrimônio Mundial estabelecida pela Unesco.

Todo o conjunto do contexto urbano recebe atenção como parte do patrimônio, que está diretamente ligada à cultura desse elemento patrimonial, através de suas residências, comércio, entre outros aspectos do contexto urbano

existentes. Portanto, o patrimônio como parte da cultura torna-se uma alavanca para alavancar a atividade turística. Atividade essa que pode proporcionar diversas formas de relacionamento.

As várias maneiras de relacionamento interpessoal propiciada pelo turismo, através da prestação de serviços, contatos e novas amizades fazem da atividade turística uma forma prazerosa de conhecer e manter novos vínculos sociais. De acordo com López (2003,p.81):

O turismo permite e coloca em circulação às várias relações entre as pessoas e suas nações, ampliando o leque dos amigos, conhecidos e também dos signos e símbolos compartilhados entre esses. Isso não significa que essa abordagem desconsidere as relações de dominação entre os diferentes países e sua inserção na chamada nova ordem mundial. Contudo, focalizando a questão sobre as trocas compartilhadas, entre turistas e moradores, oriento a abordagem do turismo como uma atividade em que há o consumo e a venda de imagens e produtos, mas também privilegio o enfoque: são pessoas que interagem e ampliam o leque de contatos.

Com isso, novas formas de relacionamento interpessoal surgem durante as viagens, proporcionadas pelo convívio dos turistas com moradores locais, através da troca de costumes e novas experiências.

As cidades podem proporcionar um bom convívio de moradores e turistas através dos projetos idealizados pelo poder público e iniciativa privada, tornando o lugar diferenciado e ampliando o leque de interesses de quem frequenta a localidade, seja turista ou morador local. Sobre isso, Banducci Júnior (2003, p. 150) faz a seguinte observação:

São cidades que concentram, em um espaço pequeno, uma efervescência cultural bastante original, interpretando-se pessoas e culturas de vários lugares, tornando-se um espaço privilegiado para o estudo sobre o contato intercultural. Essa experiência de contato proporcionada por essa realidade cultural e turística envolve uma pletera de questões, sejam de interesse turístico, propriamente dito, sejam de cunho religioso, artístico e histórico.

Os destinos turísticos podem satisfazer os diversos interesses do turista e até mesmo concentrar atrativos variados em uma mesma cidade, independente do propósito que o turista tem ou é induzido a ter quando escolhe determinada

localidade pelos seus atrativos. Mas esses atrativos têm se concentrado em um segmento bem difundido no nordeste brasileiro.

O modelo mais utilizado para desenvolver o turismo, principalmente no nordeste brasileiro tem pouco vínculo com as questões culturais do local que sofre a intervenção da atividade. Pode-se verificar isso nas palavras de Ávila (2009, p.23):

Outro exemplo claro de equívoco no modelo de desenvolvimento turístico brasileiro vem ocorrendo principalmente na região Nordeste, através da valorização do sistema de Resorts. Sabe-se que o crescimento deste setor pode representar um grande avanço para o aumento de empregos no setor turístico, entretanto, este crescimento deve ser acompanhado com cautela. O grave problema da maioria dos mega-empreendimentos está no seu usual desinteresse em relação à repercussão cultural, socioeconômica e ambiental da sua instalação nas comunidades locais.

Percebe-se o crescimento da atividade turística através de grandes empreendimentos, mas é uma atividade que distancia cada vez mais o turista da sociedade que ali vive, limitando o turista na aproximação com os costumes da região. O desinteresse desse tipo de atividade turística pela cultura local pode ser percebido nas relações que o turista tem com a população residente, pois quase tudo que o turista faz é feito dentro do próprio empreendimento, devido a grande oferta de serviços concentrados nesses mega- empreendimentos.

2.2 Políticas públicas de turismo e revitalização dos centros históricos no Brasil.

Buscando entender as discussões sobre o turismo e suas políticas públicas, deve-se compreender inicialmente algumas ideias e conceitos sobre política. Podemos definir a política como sendo um instrumento de diálogo e entendimento entre as divergências existentes em nossa sociedade. Segundo Menicucci (2006, p.142):

A política pode ser vista como uma forma de atividade humana, estreitamente ligada ao poder, e que se relaciona com a necessidade de convivência de interesses diversos, frequentemente contraditórios, que possam ser acomodados por meio de processos industrializados e pacíficos.

Os conflitos entre interesses e necessidades de buscar algo para o bem estar comum, necessita da política para direcionar as discussões. Essa compreensão é importante para fazer uma reflexão referente às políticas públicas no âmbito do turismo.

Outro conceito que fala desses interesses diversos, mas que também afunilam para um objetivo comum é a ideia de Solha (2006 p. 89) que em suas palavras diz o seguinte:

Afinal, pode-se entender política como, principalmente, uma forma de gerenciamento de interesses diversos, em torno de um objetivo. Essa definição tão abrangente demonstra que a política pode e deve ser flexível, dinâmica e estar-tanto no processo de sua formulação como na sua implantação - adequada aos interesses e características de cada povo, época e do âmbito geográfico em que será aplicada.

A política está presente em todo o processo de discussão e execução das ações propostas para o alcance do objetivo traçado durante delimitação dos interesses de um determinado grupo.

As políticas públicas voltadas para o turismo ainda necessitam de uma participação popular na formulação das ações. Mais grupos podem se organizar e representar na elaboração das políticas públicas de turismo. Tal situação é relatada nas palavras de Maia (2004 p.14):

As políticas públicas de turismo que, ao contrário das outras, não existem em segmentos sociais organizados, acabam por ficar à mercê da sensibilidade de alguns poucos governantes. As políticas públicas devem ser instituídas na perspectiva de o estado atender às demandas sociais, portanto, são expressões dos compromissos do poder público perante a sociedade. Compromissos estes que devem ultrapassar os palanques eleitorais, os programas de campanha dos candidatos e serem concretizados na prática social real. É mediante as políticas públicas que são distribuídos os bens e serviços públicos, minimizando as diferenças econômicas e socializando os direitos sociais.

Portanto, uma participação mais presente de grupos sociais ligados ao turismo se faz necessário, seja através de conselhos, ou outro tipo de organização social, como acontece em políticas públicas de outras áreas.

Essa participação deve ser no planejamento das ações e nas modificações promovidas pelo poder público no Brasil. Normalmente não tem envolvido as pessoas que estão diretamente envolvidas e que sofrem com a intervenção. Os moradores das localidades que são modificadas não se fazem representados na formulação das ações. Tal situação é descrita nos comentários de Nóbrega (2009, p.134):

La experiencia del Estado Nacional brasileño de cara a la implantación de políticas turismo fue poco eficiente en lo que se refiere a la inserción efectiva de la población local, implantación de infraestructura básica y turística y, principalmente, en lo que concierne a la capacidad de trabajar diferentes elementos de forma integrada. Muchas fueron las tentativas aunque con um nivel reducido de contemplación de los anhelos reales de las comunidades involucradas.

Percebe-se que dificilmente uma intervenção de um centro histórico para adaptações com o intuito de promover o desenvolvimento da atividade turística na localidade ou até mesmo para a própria população, dificilmente irá agradar a todos envolvidos direta ou indiretamente.

As ações pensadas para o turismo devem integrar vários segmentos da sociedade para que os objetivos possam ser alcançados através de um planejamento conjunto do que deve ser realizado e se realmente pode ser realizado para alcançar o objetivo coletivo. Para Oliveira (2009, p.212):

Um aspecto importante que deve ser considerado na elaboração de políticas de turismo é a participação de toda a sociedade poder: poder público, iniciativa privada, comunidade e terceiro setor. Essa interação auxilia na busca de soluções e alternativas que sejam de interesse comum.

Contudo, a opinião dos diversos segmentos da sociedade é indispensável para o sucesso das ações a serem desenvolvidas para alavancar a atividade turística, prevalecendo o interesse em comum e que beneficie a todos.

Os gestores responsáveis pelas políticas públicas no turismo voltam as atenções para as zonas mais nobres das cidades, tendo uma boa infra-estrutura para a prática de atividades e ofertas de serviço. De acordo com Marcellino (2006, p.134):

O aumento da população urbana não foi acompanhado pelo desenvolvimento de infra-estrutura adequada, gerando desníveis na ocupação do solo e diferenciando marcadamente: de um lado, as áreas centrais, ou os chamados pólos nobres, concentradores de benefícios, e de outro, a periferia, com seus bolsões de pobreza, verdadeiros depósitos de habitações.

Não que a vivência do turismo só possa ocorrer em locais com uma boa infra-estrutura. Sabe-se que o turismo pode ser vivenciado em qualquer ambiente, dependendo do interesse do turista pelo atrativo, mas em determinadas situações exigem o mínimo de conservação e estrutura no espaço da vivência. E essa estrutura pode ser melhor distribuída na cidade de Natal, fazendo com que áreas mais centrais com grande valor histórico possa potencializar a visita dos turistas.

Além da vivência da atividade turística, o turismo pode contribuir nas reflexões do indivíduo, seja na maneira de pensar ou agir, pois experiências únicas ocorrem durante cada viagem. Para Araújo (2007 p.460), “O turismo é um veículo de educação, uma atividade na qual é possível trabalhar valores, condutas e comportamentos durante as viagens, considerando suas potencialidades para o desenvolvimento pessoal e social dos indivíduos.” A socialização durante o passeio turístico pode transferir informações e conhecimentos, que podem contribuir para a formação do indivíduo.

Essa socialização fica limitada, pois hoje as ações voltadas para o turismo, de maneira geral, focam no turismo com perfil de consumo. Esse tipo de turismo é divulgado pelo poder público e por grandes conglomerados privados que oferecem atrativos turísticos com valores elevados. Claro que o turismo se consolidou através da atividade capitalista, mas não é a única maneira de se vivenciar o turismo. Essa situação normalmente é protegida por um discurso de incentivo a geração de empregos. De acordo com Maia (2004 p.15):

Pensar políticas públicas, efetivamente democráticas e participativas pressupõe questionar as políticas que são geradas nos guetos dos gabinetes das secretarias estaduais ou municipais, geralmente alicerçadas no turismo como binômio do sol e mar, que vem sempre acompanhada do turismo sexual, exploração de trabalho infantil, lavagem de dinheiro, e geralmente aumentando a concentração de renda.

Isso reforça o questionamento de até que ponto o turismo de “sol e praia” é benéfico para a população local. Nota-se nas palavras de Maia, que a concentração de renda não atende totalmente as necessidades da localidade que desenvolve esse turismo com características de massa. Esse turismo “sol e praia” foi um dos pontos fortes do Plano Nacional do Turismo.

O governo federal criou o Plano Nacional do Turismo quando reconheceu o crescimento econômico do turismo. De acordo com Becker (1996,p.50):

A PNT tem uma ótica voltada para o crescimento da oferta de equipamento turístico. A partir do reconhecimento do turismo como fator de crescimento econômico em 1966, no início da década de 1990 procura-se transformá-lo efetivamente em vetor de desenvolvimento decorrente da expansão da atividade em si e do seu potencial como instrumento capaz de atrair recursos. A PNT revela ainda a tendência à “ descentralização controlada”, perpassada pelas pressões políticas e pela competição.

Mas essa ação foi mais uma em que o turismo cultural não foi pensado em sua totalidade na formulação das diretrizes de implementação, apenas contemplando uma maior preocupação com o meio ambiente e sua preservação.

A mesma política de observar o turismo como vetor econômico pode ser visto em outra ação do poder público, nesse caso estadual com apoio do federal através da política de mega projetos. Para Cruz (2007p.80)

A política de megaprojetos turísticos surgiu entre final da década de 1970 e início dos anos 1980, influenciada pelo “ Modelo Cancún”, que consiste na urbanização turística de trechos de costa pouco ou nada urbanizados, com grande concentração de equipamentos.

Percebe-se que o fator da identidade local não é um ponto tão importante nessa ação de megaprojetos e sim, mais um planejamento de obtenção de rendas e recursos através da atividade turística, para o empreendedor. E uma possibilidade de intervenção de tanto manter a identidade local com a viabilidade de uso dos moradores da localidade e os visitantes é trabalhar com os atrativos turísticos presentes no espaço urbano. Em alguns casos ainda não são atrativos, mas possuem um potencial para isso. Os espaços podem ganhar funções diferentes e sentidos diferentes do que lhe são atribuídos corriqueiramente. É o que ocorre na cidade de Salvador com o famoso elevador Lacerda, que mantém sua função

original de deslocamento da população local , seja para passeio ou trabalho e ao mesmo tempo recebe cuidados para tornar possível sua utilização pelos visitantes da cidade. Os espaços urbanos podem modificar a atribuição de um local público edificado ou natural. De acordo com Nóbrega (2009, p.132):

En los espacios ya existentes, que poseen características muy específicas, las ideas de refuncionalización y revitalización, ligadas principalmente a los espacios destinados al ocio, a la cultura y al turismo, se usan frecuentemente en las transformaciones urbanas, formando parte, muchas veces, de los planes de desarrollo en las áreas de ocio, cultura y turismo.

Portanto, um novo sentido pode ser dado para um local que é planejado inicialmente para satisfazer a necessidade dos moradores locais, ampliando o seu acesso e utilização também para o visitante da localidade.

Já em outros modelos de intervenção turística percebe-se uma preocupação maior com a identidade local, como nos projetos de revitalização dos centros históricos de várias cidades brasileiras. Esse processo de revitalização estabelece alguns parâmetros interessantes do ponto de vista da valorização do patrimônio material e imaterial das cidades. De acordo com Leite (2002, p.118):

No Recife, para viabilizar a implementação da proposta de de “revitalização” urbana, foram estabelecidos alguns “elementos estruturadores”, entre os quais se destacavam: “Economia local com função central plena”, “Espaço público para reunião e espetáculo”, “Manutenção e valorização do patrimônio ambiental e cultural” , “Recuperação da imagem do Bairro”. Esses “elementos estruturadores” abrangiam aspectos centrais e convergentes com as políticas de enobrecimento do urbanismo empresarial: a construção de uma nova imagem da cidade, através da valorização dos usos econômicos do patrimônio cultural e da espetacularização do espaço urbano, como forma de reativar os fluxos de investimentos para a economia local.

Outro fator importante desse processo de revitalização é o fator econômico associado à preservação do patrimônio cultural, através dos novos investimentos, dando uma cara nova à essas localidades. Tomando como base esse processo no Bairro do Recife, os moldes são semelhantes ao que ocorreu e vem ocorrendo em outras cidades brasileiras, viabilizando o acesso através da melhoria em suas infraestruturas. Para Leite (2002, p.119):

Em que pese a sua singularidade, o Plano Revitalização do Bairro do Recife repetiu, a exemplo de outras cidades históricas no Brasil e em outros países, uma tendência que tem se proliferado nas duas últimas décadas, cujo resultado mais visível tem sido uma contínua alteração da paisagem urbana com a transformação de degradados sítios históricos em áreas de entretenimento urbano e consumo cultural.

Essa transformação torna-se visível com a recuperação de áreas degradadas pelo tempo, com uma nova cara de apelo ao entretenimento cultural como no caso do Bairro do Recife.

Essas intervenções e modificações realizadas nos centros históricos ocorrem em todo o mundo. Nem sempre possuem um consenso sobre sua real necessidade de intervenção ou atribuição de sentido para o uso turístico. Nas palavras de Nóbrega (2009,p.133):

Pasaron por esa situación los «Centros Históricos»de las ciudades europeas, norteamericanas, y de Latinoamérica, como Puerto Madero (Buenos Aires), Inner Harbor (Baltimore), Boston Waterfront (Boston), South Street Seaport (Nueva York), Rom Rijnmond (Rotterdam) y Docklands (Londres), además de Valencia y Barcelona en España. Todos estos procesos estuvieron rodeados de polémicas en lo que se refería a la metodología usada para la realización de las intervenciones. Una de las polémicas se refiere a la consulta a los habitantes tradicionales sobre el futuro destino de estas áreas y del proceso de gentrification.

Nota-se que a intervenção não agrada a todos moradores da localidade que sofre a intervenção. Até mesmo pelo discurso já batido de recuperação da área desgastada ou destruída pelo passar do tempo. A dinâmica da área é modificada, pois normalmente ocorre um esvaziamento das pessoas que residem na localidade que sofreu a intervenção.

Mas o entretenimento cultural tem sofrido com a concorrência proporcionada pela indústria cultural, que transforma a atividade turística em mercadoria, com forte apelo ao consumo.

2.3 A indústria cultural e suas relações com o turismo.

Para uma melhor compreensão do termo indústria cultural, faz-se necessário o entendimento do significado de cultura. Segundo Oliveira (2007 p.19), “Entendo por cultura os significados que os seres humanos dão às suas produções, tudo que o ser humano produz vai formando uma teia de significados, isto é, a sua cultura.” Então, cultura pode representar tudo aquilo que é peculiar e criado por um determinado grupo, sendo atribuído um sentido para cada produção.

Essa criação e produção tem sofrido intervenções da indústria cultural. A indústria cultural é uma das responsáveis na influência da opção do tipo de turismo a ser desenvolvido. Isso acontece muito na oferta de equipamentos e manifestações culturais que são voltadas para as grandes concentrações de pessoas, sempre na perspectiva de mercado. Podemos verificar isso nas palavras de Vaz (2006, p.25):

O conceito indústria cultural procura compreender as condições de produção e reprodução social em uma de suas faces mais importantes, relacionada à mercadorização da cultura, sua banalização e reificação. O que nossos autores supunham como inteiramente novo- já que parece desde muito ter existido algum tipo de negócio com os artefatos culturais- é que a cultura passa a ser produzida na esfera da circulação e do consumo para o entretenimento e ocupação do “tempo”.

Vive-se hoje uma fase de turismo mercadoria em que a escolha do turismo não é tão livre como poderia ser. Cria-se uma necessidade de se consumir no turismo, quase sempre pagando por vivências de pouco contato interpessoal. É o que ocorre no turismo de massa, que cria um atrativo de consumo pontual e praticamente imediato, mas com pouca ou quase nenhuma relação com o local que recebe a intervenção dessa atividade. Para Antunes (2006,p.205)apoiando-se na ideia de Adorno e Horkheimer (2000):

Pode-se dizer que, para Adorno e Horkheimer (2000), a cultura de massa (produzida pela indústria cultural) está ligada à perda da capacidade de criação, à alienação ou despolitização , à repetição ou massificação, à industrialização da diversão (já que o mercado capitalista se apropriou do lazer, pois a diversão aparece como prolongamento do trabalho) e, ainda a reprodução do belo.

Portanto, cria-se a necessidade de consumir a diversão e não mais o interesse pelo desconhecido ou pelo que pode ser apenas contemplado. É a

atividade apenas mercadoria, com pouco propósito social e promoção das relações com o lugar propriamente dito.

Os contatos, relações e visitação as edificações históricas em certas ocasiões podem estar sendo deixados de lado pela influência da indústria cultural em lugares criados sem relação com a cultura local. Para Cruz (2007 p.21):

Não são poucos os exemplos, pelo mundo, de porções de espaço relacionadas a um uso turístico, visivelmente apartadas do contexto espacial em que se inserem, tanto por sua arquitetura dominante como pela fragilidade das relações que tecem com seu entorno imediato.

São verdadeiras reproduções influenciadas pela indústria cultural que visam apenas o fator econômico que a atividade turística pode oferecer. Ao longo da história do turismo percebe-se que essas reproduções já estavam presentes, sempre nas classes mais abastadas financeiramente.

Os lugares e atrativos turísticos tiveram uma origem bastante elitizada, na qual um pequeno grupo podia usufruir da prática turística. Principalmente no velho mundo com peculiaridades em cada região. De acordo com Boyer (2003, p.40):

A invenção dos lugares e das práticas do turismo, ainda elitista, é uma soma de territórios singulares. A mais antiga é a do termalismo mundano. Os britânicos inventaram em seguida a balneação marítima e a temporada de inverno no Sul da França, principalmente na Riviera.

A prática do turismo era privilégio de poucos burgueses que buscavam diversão em atrativos que ganharam uma significação bem particular em cada uma das localidades.

Mesmo com o passar do tempo, a atividade turística se mantém com as mesmas características básicas, sem mudar o que já vem sendo feito ao longo do tempo, privilegiando determinados grupos. Para Boyer (2003,p,62):

A problemática contemporânea consiste em transportar essas massas, alojá-las, regularizar o seu fluxo, chamar a sua atenção, despertar o seu desejo; mas não em renovar o turismo. Os recém-chegados ao turismo não inventaram fórmulas novas. A longa época do turismo aristocrático realizou uma transmissão do saber da viagem e da residência de lazer; a imitação capilar atingiu pouco a pouco o conjunto das pessoas de alta renda e daqueles que “tinham uma situação;”...

Percebe-se uma manutenção das práticas que privilegiam pessoas que possuem um alto poder aquisitivo. Apenas mudou a forma de deslocar e atrair o interesse de quem vivencia a atividade turística, além da quantidade significativa de pessoas que podem ter esse tipo de experiência.

Nota-se a continuidade desse fenômeno elitista na atividade desenvolvida nos dias de hoje, na qual denomina-se segunda residência, com apenas poucos grupos obtendo a possibilidade de vivenciar essa atividade prazerosa. Nas palavras de Boyer (2003 p. 56):

Todas essas formas de residências secundárias são a maneira como os burgueses e também certas camadas intermediárias apropriam-se do prazer aristocrático do lazer na Natureza, no campo, afirmando seu sucesso social. O fenômeno é particularmente importante na França, que possui a mais alta taxa mundial de residências secundárias – mais de dois milhões.

O que diferencia é que agora outras classes menos abastadas vivenciam tal experiência, seja por influência midiática ou por outro motivo qualquer. A situação é que ainda reflete uma atividade privilegiada por poucos, em número bem menor de pessoas em relação aos que não vivenciam a atividade. Prática essa que já é bem difundida no Brasil e em larga escala na Europa. Bem provavelmente influenciada pela chamada indústria cultural, que influencia os hábitos e transforma lazer em mercadoria. Mesmo sendo um pequeno grupo, nos dias de hoje já é possível que até a classe média vivencie a atividade turística e se hospede em hotéis de variadas estrelas. Mas essa preocupação em seguir o modismo e a influência da indústria cultural nos dias de hoje, nada tem a ver com o intuito dos viajantes de antigamente. De acordo com Boyer (2003,p.77):

A invenção do hotel foi, no fim do século 18, uma outra grande inovação do turismo. Os turistas de massa contemporâneos estão tão acostumados com esta denominação, com os grandes grupos hoteleiros e as classificações por estrelas, que eles não imaginam que antes de 1970, a palavra hotel qualificava somente um rico domicílio urbano, ou que durante séculos, os viajantes, quaisquer que fossem os seus meios financeiros, deviam contentar-se com o que encontravam nas etapas.

Não que o turista de hoje deva se contentar com o que lhe oferecem, mas também não quer dizer que uma acomodação com menos estrelas não possam ter o

conforto adequado para o turista. Pesa-se muito a questão de divulgar que se hospedou em localidades de grife.

Mesmo com essas influências para seguir a tendência do turismo de massa, a indústria cultural não é suficientemente capaz de acabar com as vivências mais sociais do turismo, mesmo que seja apenas voltada para uma classe mais elitizada. Mas aos poucos a prática turística vai sendo conquistada pela classe média e ganhando mais adeptos. Para Boyer (2003, p. 165):

A contradição mantém-se: o turismo, mesmo transformado em turismo de massa, conserva um importante “não público” ao passo que outras práticas de lazer como a televisão conseguiram, em um lapso de tempo mais breve, penetrar na quase totalidade da população. Por outro lado, o turismo continua a ser um vasto campo de inovação cultural, de renovação das práticas submetidas às fantasias da invenção da elite.

Com isso o turismo vai se reinventando com novas maneiras de vivenciar, mas sem perder a grande propagação do turismo de massa por novas classes sociais e ainda com o conhecido apelo ao consumo e utilização dos serviços e atrativos de grife. Isso valoriza cada vez menos o contato das pessoas.

Com um mundo cada vez mais globalizado e com novas tecnologias, esse contato interpessoal tende a diminuir e o conhecimento sobre cada cultura tem sua distância diminuída, pois basta um clique e as informações sobre qualquer temática, inclusive a do turismo, estão presentes na tela de um computador. Isso tem provocado em algumas localidades uma tendência à homogeneização da cultura. De acordo com Maia (2004 p.10):

O fenômeno da globalização não é recente. Está relacionado com todo o processo de modernização do homem. Fenômeno intensificado a partir dos anos 1970, resultando várias consequências: as identidades locais estão se desintegrando, como resultado da homogeneização cultural; em sentido oposto percebe-se que as identidades locais e regionais estão sendo reforçadas para resistir à globalização, criando um clima de contracultura ou “contra-hegemonia” e um fenômeno bastante evidente ocorre com o surgimento de novas identidades híbridas em substituição às identidades locais e regionais “puras”.

Portanto, tem se falado muito em preservação, proteção ou valorização da cultura local nos discursos de quem atua na área da cultura, pois cada vez mais os elementos específicos de uma cultura estão presentes em outra, tendenciando uma

homogeneização do que é criado e produzido. Isso pode ser confirmado nas palavras de Lima (2004, p.90) “A mídia globalizada não contribui para a valorização de atrativos culturais típicos da região, provocando conflitos e tendo como consequência o desaparecimento de identidades culturais.” Ou seja, o processo de globalização coloca cada vez mais em risco uma possível homogeneização da cultura local.

Mas, o próprio turismo pode servir como uma ferramenta de resistência e preservação da cultura local. Para Barbosa (2004, p,24):

Percebendo-se, no entanto, o desaparecimento gradativo das manifestações culturais típicas de cada sociedade, devido em parte à indústria cultural e à globalização, vê-se no turismo um incentivador para a preservação/conservação dessas mesmas manifestações, bem como a preservação/conservação das manifestações culturais como um incentivador para o turismo.

Tanto a atividade turística pode contribuir para a preservação da cultura local, como a cultura local pode potencializar a atividade turística. De vilão em alguns momentos, em outros o turismo globalizado pode despertar o interesse para uma valorização dos costumes específicos de cada localidade.

Após algumas reflexões sobre as discussões das políticas públicas de turismo, a influência da indústria cultural na atividade turística, cultura e patrimônio , percebe-se que o turismo possui várias influências e correntes distintas entre um turismo mais social e um turismo mais de massa. Portanto torna-se necessário um fortalecimento da representatividade da população nas discussões que norteiam a atividade turística. Essas discussões serão retratadas no capítulo seguinte, mostrando a realidade dos aspectos turísticos local, referente ao município de Natal, com seus aspectos históricos, econômicos e sociais.

3 CENTRO HISTÓRICO DE NATAL: ASPECTOS SOCIAIS, CULTURAIS E ECONÔMICOS.

Nesse capítulo foi discutida a metodologia do trabalho, abordando informações sobre o tipo de pesquisa desenvolvida, a abrangência do estudo, coleta de dados, análise dos dados. Além disso, foi discutida a caracterização do estudo, abordando os aspectos históricos e culturais de Natal, a economia no turismo e o turismo cultural na cidade de Natal.

3.1 Metodologia da pesquisa

3.1.1 Tipo de pesquisa

Esse estudo caracteriza-se como uma pesquisa do tipo exploratória. Pode-se perceber nas palavras de Gil (2009,p.27) a importância de se explorar temas pouco discutidos.:

Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Esse tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis.

Esse tipo de pesquisa poderá oferecer informações que reflitam uma ideia do que ocorre na localidade em que o estudo foi desenvolvido, através da pesquisa de campo. Além de um levantamento bibliográfico, algumas pessoas foram entrevistadas com perguntas abertas e também com alguma pergunta fechada para oferecer uma visão mais geral do problema que está sendo estudado. As informações obtidas serviram de base para mensurar de forma qualitativa os dados da pesquisa.

3.1.2 Abrangência do estudo

O conjunto amostral englobou 10 pessoas entre funcionários e comerciantes da localidade, além de 4 moradores da própria localidade e 5 pessoas que

costumam frequentar a localidade, sendo um desses frequentadores um turista. Foi escolhida uma pessoa de cada ponto visitado para contribuir com o trabalho. O critério de escolha foi a ligação direta ou indireta do entrevistado com o cotidiano dos pontos que foram pesquisados, sendo ouvidas no total 19 pessoas.

3.1.3 Coleta de dados

Foi utilizado como instrumento de coleta dos dados, a entrevista semi-estruturada e observação simples das ações nos locais visitados. As pessoas serão escolhidas nos diversos segmentos do setor turístico histórico e cultural. Essas pessoas terão as denominações de entrevistado 1,2,3,4 ... e assim por diante para que possam se manter anônimos ao final do estudo e após sua publicação, informando apenas dados que não venham a oferecer a exposição do entrevistado. A investigação social irá ocorrer em igreja, teatro, bar, restaurante, museus, locais de exposição artística e centros históricos que se relacionam com a temática estudada, além de moradores e frequentadores do centro de Natal.

3.1.4 Análise dos dados

Os dados serão analisados baseados na observação do pesquisador em campo, através dos relatos obtidos no questionário e nas percepções do que se tem na localidade e no que ainda pode ser feito para tornar viável o turismo no centro da cidade. As discussões e análises constarão no item 3.5.

A pesquisa terá um enfoque qualitativo no que se refere às informações obtidas, pois nesse tipo de pesquisa não se costuma usar com frequência procedimentos e técnicas quantitativas. Segundo Gil (2009,p.27):

De todos os tipos de pesquisa, estas são as que apresentam menor rigidez no planejamento. Habitualmente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso. Procedimentos de amostragem e técnicas quantitativas de coleta de dados não são costumeiramente aplicados nestas pesquisas.

Nesse sentido pode-se ter uma noção mais verdadeira das informações que serão obtidas, pois elas serão trabalhadas com o que foi expressão sem nenhum tipo de indução por parte do entrevistador.

3.2 Aspectos históricos e culturais do município de Natal.

Natal teve sua primeira povoação estrangeira ao redor do forte, mas essa povoação não demorou muito para deslocar-se para o interior da capitania, pois as condições para o plantio de cana era mais favorável. De acordo com Mariz (2005, p.57):

A colonização do Rio Grande iniciou-se com a edificação de uma povoação branca nas proximidades do forte, que recebeu o nome de Natal, e encaminhou-se para a zona da mata, própria para o cultivo da cana-de-açúcar, onde foi instalado o primeiro engenho e, conseqüentemente, surgiram os primeiros núcleos de povoamento.

Com isso, o povoado recebeu o nome de Natal, mas como não chegou a firma-se no local próximo ao forte; não caracterizou-se ainda nessa época o surgimento de Natal. Somente anos depois teria surgido Natal.

Em relação à fundação de Natal, ela só ocorreu em 1599 somente após a consolidação de paz entre os colonizadores e índios. De acordo com Souza (2008, p. 54):

Para consolidar a colonização no nosso território, os portugueses, depois de muitas conversações, conseguiram fazer um acordo de paz com os índios, fato ocorrido em junho de 1599. Feito isto, o passo seguinte foi a fundação da cidade do Natal. É verdade que , antes, junto à Fortaleza, já existia um arraial.

Mesmo com a fundação de Natal, várias discussões e dúvidas pairam no ar até os dias de hoje. Ao certo o que existe mesmo são incertezas em relação a sua data de fundação, quem foi o seu fundador e como surgiu seu nome.

Natal é um município que tem versões variadas para seu surgimento. Para Trindade (2005 p. 33), “Natal teria se originado nas proximidades do local onde hoje se localiza a Praça André de Albuquerque Maranhão (versão de Câmara Cascudo, apoiado em documentação da época).” Essa é uma das teorias sobre o assunto, pois tanto o fundador, quanto o ponto inicial da cidade não possuem um consenso sobre nome e localidade.

Quanto ao nome de Natal que na época de sua fundação estava sob domínio da Espanha já se chamou Cidade de Sant' lago. De acordo com Souza (2008,p. 57):

Ora, naquela época, Portugal continuava sob domínio espanhol. Por isso, "Cidade de Sant' lago " seria uma homenagem ao padroeiro da Espanha. Na realidade, este locativo não criou raízes porque, apesar de Portugal estar subordinado ao domínio espanhol de então, a nossa colonização era totalmente portuguesa.

Mas acabou prevalecendo o nome de Natal, pois os portugueses participaram de todo o processo de colonização anterior ao domínio espanhol. O nome Natal predominou com o passar do tempo até os dias de hoje. Até hoje acredita-se que o nome tenha surgido pela coincidência de Natal ter surgido na mesma data do nascimento de Jesus Cristo. Para Souza (2008, p. 57), "Quase todos os historiadores, que estudaram o assunto, afirmaram que a Cidade tem esse nome em homenagem ao nascimento de Nosso Senhor Jesus Cristo, em cuja data natalícia a cidade foi fundada "".

Só que essa versão também não é uma corrente unânime e possui suas divergências. Mesmo assim essa é a corrente que é mais defendida e divulgada pelos historiadores e pesquisadores do assunto no Estado do Rio Grande do Norte.

Outra situação que chega ser curiosa é que nem em Natal e nem no interior do estado encontram-se populações indígenas. Mesmo com várias guerras e confrontos históricos importantes tendo ocorrido em território do Rio Grande do Norte. Para Mariz:(2005, p.57):

O fato é que o índio do Rio Grande do Norte foi aos poucos desaparecendo, ao ponto de atualmente não se encontrar oficialmente, nenhum remanescente dessas comunidades. Como explicação para esse fenômeno, são apontadas entre outras, as fugas para as regiões vizinhas após os levantes indígenas, como também é possível considerar que essa população diluiu-se gradativamente, através da miscigenação, até desaparecer totalmente na figura do caboclo.

A mistura do homem branco com os indígenas contribuiu para essa situação de desaparecimento dos índios no Rio Grande do Norte. Eles estão presentes apenas nos livros e nos contos daqueles que propagam as histórias de confrontos e

batalhas indígenas ocorridas durante todo o processo de colonização da capitania do Rio Grande.

Mais um fato curioso do processo de colonização foi que Natal já passou por um domínio holandês no século XVII. Os portugueses que residiam na localidade não resistiram aos confrontos ocorridos e perderam o domínio da capitania para os holandeses. Segundo Monteiro (2000, p.35):

O Rio Grande foi efetivamente incorporado ao domínio holandês em 1633, quando uma expedição organizada com esse objetivo- composta por onze embarcações e 808 soldados – dirigiu-se à capitania. Aqui chegando, parte da tropa desembarcou em algum trecho do litoral compreendido entre a Cidade do Natal e onde é hoje a praia de Ponta Negra. Avançando pela praia, dirigiu-se ao Forte e, posicionando-se nas dunas próximas, iniciou um ataque de artilharia terrestre, complementando com uma investida por mar.

Na época os nomes dados às localidades tiveram mudanças promovidas pelos holandeses, pois já que estes estavam com o domínio de toda capitania do Rio Grande, necessitavam registrar a marca desse domínio.

Nesse aspecto, Natal também teve uma mudança na sua denominação. Os holandeses passaram a chamar a cidade do Natal de Nova Amsterdã. Nas palavras de Monteiro (2000, p.36):

Essas expedições em terra eram fundamentais para a expansão territorial da conquista holandesa e sua consolidação, assim como garantir o abastecimento permanente de água e comida. Assim, uma vez conquistada a Cidade do Natal – cuja denominação passaria a ser “ Nova Amsterdã “ -, a frente holandesa dirigiu-se para a outra povoação então existente na capitania, cujo engenho constituía toda a sua riqueza – a povoação de Cunhaú.

Mesmo assim Natal dividia com Cunhaú a atenção dos holandeses em relação à capitania, devido à importância estratégica do engenho para os interesses econômicos holandeses. Importância essa descrita nas palavras de Monteiro (2000, p.30):

O primeiro engenho da capitania, lá estabelecido, deu origem à Povoação de Cunhaú que, juntamente com a Cidade do Natal, constituíam os dois núcleos populacionais então existentes. Enquanto Natal era o centro do

poder político -administrativo da capitania do Rio Grande, a Povoação de Cunhaú constituía o centro econômico.

Percebe-se que ambas localidades dividiam as atenções dos holandeses, cada uma com sua importância específica, com designação de poderes divididos, tanto político, quanto administrativo. Nos dias atuais essa divisão foi totalmente modificada, pois Natal concentra o poder econômico, administrativo e político do Estado. A cidade de Natal cresceu muito. Tendo por base o centro da cidade.

Inicialmente, nota-se um grande crescimento do centro da cidade em relação a época em que foi criado. Para Trindade (2005 p.29), “O centro da Natal do período colonial era a atual Praça André de Albuquerque. Os limites da nova cidade iam da praça das Mães, na subida da avenida Junqueira Aires, à Praça da Santa Cruz da Bica, no Baldo.”

Além de muitos fatos e acontecimentos o centro da cidade hoje tem uma área bem maior, com empresas, serviços e seus costumes representados na população ali residente e em seus freqüentadores.

Hoje o município de Natal tem um diverso potencial turístico, seja através do tradicional turismo sol e praia, turismo de aventura, turismo de eventos ou outras formas de turismo. Para uma melhor compreensão das discussões a cerca da temática do turismo, faz-se necessário o entendimento do que representa o turismo. De acordo com Lima (2004 p. 88):

O turismo é uma atividade que envolve diversos setores da economia, com relação à utilização de bens e serviços. Gira em torno de vários recursos (compra e venda de atrativos turísticos) e também se pode dizer que é uma atividade sistêmica, multidisciplinar e que requer planejamento e organização. É uma atividade vivenciada no tempo livre que proporciona ao ser humano o conhecimento da identidade cultural da localidade visitada, como também pode ser uma vivência de socialização significativa.

Ou seja, nota-se que o turismo além de ser uma atividade comercial é uma forma de socialização e conhecimento das diferentes culturas existentes. Tem se dado muita ênfase ao turismo de massa e se comentado pouco sobre o turismo cultural no município de Natal.

Esse tipo de turismo vem aumentando e despertando o interesse de muita gente, sejam profissionais do turismo, historiadores, entre outras pessoas com

afinidade com a temática. E as diferenças existentes em cada localidade é um dos fatores que mais motivam esse tipo de turismo. Segundo Barbosa (2004, p,23)

Cada sociedade tem, então, suas especificidades, o que dá um caráter ímpar a sua cultura. As diferenças culturais entre os povos são um dos fatores que motivam a prática do turismo. E, embora seja ainda muito forte no Brasil, principalmente no Nordeste, a procura pelo turismo sol e praia, percebe-se um aumento gradativo do turismo com interesses culturais.

Percebe-se que o turismo cultural pode se desenvolver mesmo com o grande apelo pelo turismo sol e praia, e cada vez mais as pessoas buscam por um turismo de socialização.

Em Natal, uma alternativa na recuperação dos equipamentos existentes é a resignificação dos espaços. A resignificação consiste em dar um novo sentido de uso a um determinado espaço. Os equipamentos existentes podem oferecer a visitação sem que seja necessário a criação de outros equipamentos. Nas grandes cidades os espaços estão cada vez mais inexistentes, ocupados por edificações. Para Marcellino (2006, p.78) :

Além da luta para obtenção de novos espaços, é preciso tratar da conservação dos já existentes. Muitas vezes a solução não está na construção de novos equipamentos, mas na recuperação e revitalização de espaços, destinando-os a sua própria função original, ou, com as adaptações necessárias, a outras finalidades.

A comunidade deve ter consciência de que, além do poder público é dever dela cuidar dos espaços existentes e instigar vivências. Com poucas alterações, proporcionando acessibilidade adequada, prédios históricos que hoje são pontos comerciais ou prédios abandonados, podem servir de atrativo turístico do município.

Esses espaços quando recuperados podem contribuir para o turismo cultural, sendo uma das formas de oferecer um turismo menos comercial. Para Barbosa (2004 p.21) :

Assim sendo, discutir o turismo em uma determinada localidade, sem trilhar os caminhos da cultura local, representada em sua essência através das diversas formas das manifestações culturais, sintetiza uma visão reducionista do fenômeno turístico enquanto prestação de serviço.

Hoje em dia, percebe-se que os atrativos culturais já se fazem presentes nos roteiros turísticos, mas ainda predomina o apelo pela utilização os grandes equipamentos. O turista poderia ter mais opções, além daquelas tradicionalmente oferecidas nos pacotes turísticos, que cada vez mais prendem o turista dentro dos meios de hospedagem.

3.3 Aspectos econômicos e turismo em no município de Natal.

O turismo no município de Natal tem dado um enfoque maior nas últimas décadas ao turismo sol e praia, em destaque as praias urbanas da cidade. As ações do poder público e as ações privadas tem esse foco como vetor das ações. Isso tem movimentado a economia do setor turístico na cidade. De acordo com Lópes Júnior (2000,p.25):

O mosaico de mundos e cores que formam Natal, onde o verde do Parque das Dunas e o azul do mar de Ponta Negra sobressaem, é a base da construção social da identidade urbana da cidade que pretende ser hoje um dos principais destinos turísticos do litoral nordestino. Comprimida em pouco mais de 172 km² de dunas, lagoas e tabuleiros na região da foz do Potengi, num limite dado por 5 47' 42" de latitude sul e 35 12' 34" de longitude oeste ...

Natal consolida-se como um grande atrativo para quem deseja desenvolver a atividade turística no nordeste brasileiro.

Boa parte dos atrativos de Natal concentra-se na praia de Ponta Negra que fica no bairro que possui o mesmo nome. Do bairro de Ponta Negra até a praia de Areia Preta está localizada a Via Costeira, que ajudou a alavancar o turismo em Natal, atraindo investimentos no setor hoteleiro principalmente. Para Lópes Júnior (2000,p.53):

Mais acima da faixa das pousadas, hotéis, boates e casas remanescentes de membros da elite local, situa-se a faixa mais movimentada de Ponta Negra. Ai estão os novos restaurantes, supermercados e shoppings, que reproduzem, dentro do bairro, o ritmo de crescimento que acompanha toda a avenida Engenheiro Roberto Freire, a antiga estrada de Ponta Negra. As movimentadas noites de sexta feira aqui rivalizavam com o "baixo", o espaço formado pelos restaurantes e bares da praia do Meio, próximo ao centro da cidade.

Nota-se que o investimento na área de Ponta Negra é maior que em outras áreas que também possuem potenciais turísticos, como por exemplo, a praia do Meio e a praia do Forte. Diversos empreendimentos hoteleiros surgiram e ficou cada vez mais encoberta a paisagem do mar e do tradicional Morro do Careca.

Outro potencial turístico é o carnaval fora de época da cidade, que reúne diversos artistas nacionais e alguns artistas locais e um evento denominado carnatal que pertence a empresa Destaque Promoções. Esse evento tem movimentado a economia da capital no período de dezembro diretamente e em outros períodos de forma mais indireta, na contratação de serviços e produtos. Nas palavras de Lópes Júnior (2000,p.148):

Em Natal, o carnaval fora de época local, o Carnatal, maior evento do tipo, realizado no país, funciona como mais um espaço de descontrolado para a classe média, elites locais e turistas de todo o país. Sua conexão com a indústria turística foi imediata e, hoje, o evento é um dos principais elementos da economia cultural de Natal. Embora seja uma promoção da iniciativa privada (Destaque Promoções), a realização do Carnatal seria impossível sem a irrigação generosa de recursos públicos (estaduais e sobretudo, municipais), bancando parte da infra - estrutura do evento, como a instalação de sanitários públicos, o fechamento de ruas, o asfaltamento do local destinado ao desfile dos blocos, o apoio publicitário e a limpeza urbana.

Esse evento é um dos grandes atrativos do turismo de massa da cidade. Consegue reunir moradores de Natal, região metropolitana, cidades vizinhas e turistas nesse evento que é muito questionado por muitos segmentos da sociedade. Questiona-se principalmente os transtornos causados aos moradores que vivem ao redor do local onde o evento é realizado.

Portanto, com seu carnaval fora de época, suas praias e casas noturnas, Natal torna-se um dos grandes atrativos turísticos do nordeste brasileiro e também do Brasil.

3.4 Turismo cultural no Centro histórico de Natal.

O turismo cultural no centro histórico de Natal é representado pelas igrejas, museus, instituto, bares com comida regional, entre outras potencialidades do

turismo cultural nessa localidade. Pode-se destacar o bairro da Ribeira, que já foi um dos locais mais atrativos da cidade. De acordo com Lópes Júnior (2000, p.26):

A ribeira, o bairro onde se localiza o porto e onde situava-se até o final dos anos sessenta a parte dinâmica da cidade, com seus armazéns de importação e exportação, hotéis e repartições públicas, era a paisagem dominante na cidade. Entrecortada por riachos e limitado pelo foz do Rio Potengi, a Ribeira era o mais natalense dos bairros. As fortes chuvas, não raro, cortavam as ligações do bairro com o restante da cidade. Essa paisagem urbana foi a imagem dominante de Natal nos escritos de Luís da Câmara Cascudo, o folclorista e historiador que seria o intelectual mais importante da história do Rio Grande do Norte.

Nos dias de hoje a imagem que se tem é de um bairro deteriorado e com poucos atrativos para o turismo e para visitação da população local. Os poucos atrativos que se tem notícia são ações pontuais promovidas pelo poder público, como o Agosto da Alegria e o Circuito Cultural Ribeira, este último que acontece uma vez por mês, ocorrendo sempre aos domingos. Também ocorrem eventos pelos esforços de alguns grupos que tentam manter as atividades musicais no centro da cidade, como o Festival do Sol na Ribeira e o Mpbeco que surgiu da ideia de frequentadores do conhecido Beco da Lama, que também recebe um festival gastron mico uma vez ao ano.

Na Ribeira muito se fala em revitalização de sua área e seus prédios antigos, como na Rua Chile, mas o que se percebe são ações pontuais que não tem conseguido dar uma vitalidade maior ao bairro no que diz respeito ao turismo e diversão na localidade. Para Lópes Júnior (2000,p. 76):

A Ribeira, outrora paisagem dominante da cidade, é a expressão dessa decadência. O bairro, que se abre para o Rio Potengi e que ainda abriga o precário porto de Natal, parece destinado a ser a "paisagem da lembrança". E os olhares nostálgicos, de artistas, historiadores e políticos, com seus desejos de certo " renascimento urbano " , são conseguem dar visibilidade a quão obscura essa paisagem está se tornando. Seus prédios, em estado de abandono, não conseguem tornar-se "vivos" nem mesmo com as tentativas da incorporação, feitas pela Prefeitura, ao patrimônio histórico.

Nota-se que falta uma ação mais eficaz de intervenção na localidade, de maneira a tornar o centro de Natal mais atrativo e que sua vivência turística possa

ser permanente, principalmente no que diz respeito às edificações históricas. Para Lopes Júnior (2000,p. 77):

A descartabilidade das populações residentes, enxergadas pelos planejadores e marqueteiros como prostitutas e marginais, é subjacente a essa “recuperação” de partes do território urbano. Ao mesmo tempo em que recitam-se homenagens ao passado vernacular, busca-se retirar da paisagem os elementos humanos que trazem, na lembrança, a vivência desse vernacular e que, bem ou mal, dão algum sentido humano aos prédios em ruínas. Com relação à Ribeira, não são poucos os nostálgicos dos cabarés e das noites nas boates, casas noturnas tradicionais nos anos 50 e 60, mas os planos de reestruturação do bairro não incluem os atuais moradores.

Portanto, os momentos de efervescência da Ribeira ficaram na memória de algumas pessoas que fazem parte desse local, pouco habitado nos dias de hoje e também um pouco esquecido.

3.5 Refletindo as ações no centro de Natal.

Esse tópico aborda as análises dos dados obtidos em campo, discutindo as entrevistas de cada ponto visitado, além das entrevistas com os frequentadores e moradores do centro de Natal. Foram realizadas oito perguntas para os entrevistados que faziam parte do local visitado, cinco perguntas para os moradores do centro da cidade e oito perguntas para os frequentadores do centro de Natal. Também foi levado em consideração as observações do próprio autor do que foi perceptível as particularidades de cada espaço.

Para identificar os fatores que estimulam a visitação dos espaços e verificar o grau de conservação do patrimônio histórico e cultural foram feitas perguntas sobre a adaptação dos espaços no acesso, o período de manutenção, a existência de verba para a manutenção da estrutura edificada, a forma como a estrutura é utilizada, a existência de divulgação, apoio do poder público, gratuidade do acesso e visitação por parte dos turistas.

O primeiro local visitado no centro de Natal foi a Igreja do Galo, uma das mais conhecidas na cidade, localizada na Cidade Alta. Conversando com o entrevistado 1 que é funcionário da Paróquia, ele informou que o local não foi totalmente adequado para pessoas com necessidades, existindo apenas uma rampa de acesso. Disse

que não existia uma data específica para manutenção dos espaços, apenas limpeza diária dos espaços. Informou que tem verba para a limpeza e manutenção do prédio e que as pessoas costumam zelar pelo local. Também informou que o local não possui uma divulgação específica e que o apoio vem da colaboração dos fiéis e doações feitas por comerciantes. Repassou que o acesso é gratuito e que os turistas participam das missas, mas disse que a maioria vai ao local para registrar fotos.

Nota-se que o espaço não sofre uma grande degradação com o seu uso. O espaço é bem cuidado e oferece boas condições de uso. No horário de missas o espaço é movimentado e é um atrativo tanto para a população quanto para os turistas.

Fotografia 1- Fachada da Igreja do Galo.



Fonte: Ricardo Barreto (2013)

O segundo local visitado foi o Museu do Brinquedo, localizado na Cidade Alta, dentro do Instituto Federal do Rio Grande do Norte. Possui uma proposta inovadora, expondo brinquedos utilizados antigamente, que estão em desuso nos dias de hoje devido a grande tecnologia aplicada nos brinquedos fabricados atualmente. A entrevistada 2 é estagiária no local e informou que o local possui uma cadeira de rodas para os cadeirantes e que no local apenas a limpeza diária que é programada. Disse que no local as visitas são programadas e acompanhadas por um guia. Também informou que a divulgação é feita pelo próprio IFRN e que o Instituto oferece o espaço de forma permanente e gratuita, o que tornaria o local atrativo. Segundo a entrevistada:

“Poucos turistas. As pessoas daqui visitam com frequência o local, principalmente grupos escolares. As professoras que vem com as crianças precisam ficar atentas para controlar as crianças. Mas nada de tão difícil de conter. É porque a curiosidade é grande, porque é tudo novo para elas”.

Percebe-se que o espaço é bem cuidado e é uma boa opção de visita para os turistas e a população local. Sempre tem grupos visitando o local com um guia o que ajuda muito nos cuidados com o espaço. A gratuidade também torna o espaço atrativo, principalmente para as escolas.

Figura 2 – Parte interna do Museu do Brinquedo



Fonte: Ricardo Barreto (2013)

O terceiro local visitado foi o largo do Zé Reiera, que fica na Cidade Alta. O espaço ganhou esse nome devido ao bar e restaurante tradicional do Zé Reiera. Vários eventos musicais de diversos estilos e outros tipos de manifestações culturais ocorrem no local. O entrevistado 3 é o responsável pelo estabelecimento e repassou que não tem nenhuma adaptação de acesso no local e que quando sobrava dinheiro eles faziam algum reparo e que nada era programado. Informou que não tinha verba. Informou que as pessoas usam o espaço sem baderna e que as mesas ficam na rua e nas paredes, mas mesmo assim todo mundo fica bem acomodado. Relatou que a divulgação saía as vezes nos jornais, mas sem ele ir divulgar diretamente. Para ele a divulgação é no popular boca a boca. Disse que o poder público ajuda, pois fecharam o fim da rua para que os eventos possam ser realizados de forma gratuita no local. Também informou que apenas a limpeza fica por conta dos comerciantes do largo e que de vez em quando o município ajuda. Falou que de vez em quando vai turista no local, mas era algo raro, pois quem frequenta mesmo o local são os moradores de Natal.

Apesar de não ser um local tão requintado o espaço é bem cuidado e dentro da sua simplicidade bem atrativo para realizar ações culturais. A decoração de grafith da rua é bem diferenciada e colorida e possui um potencial para atrair turistas realizando uma boa divulgação. A prefeitura é parceira nesse caso, cedendo o espaço ao fechar a rua para manifestações culturais gratuitas. A adaptação e o novo sentido dado ao local é um exemplo de resignificação já falado por Marcellino (2006, p.78) :

Além da luta para obtenção de novos espaços, é preciso tratar da conservação dos já existentes. Muitas vezes a solução não está na construção de novos equipamentos, mas na recuperação e revitalização de espaços, destinando-os a sua própria função original, ou, com as adaptações necessárias, a outras finalidades.

Fotografia 3 – Fachada do Bar e parte do espaço do Largo do Zé Reiera.



Fonte: Ricardo Barreto (2013)

O quarto espaço visitado foi à pinacoteca, que fica no Palácio da Cultura localizado na Cidade Alta. O local é destinado para exposições. Seu prédio mantém uma fachada antiga, mas bem cuidada. Além do espaço interno de exposições o local possui um pátio para exposições itinerantes e apresentações musicais. O local é administrado pela Fundação José Augusto do governo estadual. O entrevistado 4 é funcionário do local e que o local possui um elevador adaptado, mas que ele estava quebrado e que as reformas demoram a acontecer, mas que havia ocorrido uma recentemente. Informou que não tem verba específica para a manutenção. Relatou que as pessoas utilizam o espaço com cuidado e seguem as orientações dos funcionários. Falou que no local existe um folheto de divulgação, mas que não tinha nenhum no momento. Também disse que o poder público arca com as despesas do local, mas que não tem nenhuma preocupação em divulgar o espaço. Informou que a entrada é gratuita e que de vez em quando apareciam turistas para conhecer o local, junto com a população, quando os eventos são divulgados na tv.

Nota-se que o espaço é bem cuidado, mas não é grande o interesse de aumentar o número de visitantes. O local é bem acessível, mas no momento é inacessível para deficientes, pois o transtorno de entrar pelo portão dos fundos é grande. O espaço possui potencial para atrair turistas e aumentar o número de visitantes locais. Dificilmente tem uma divulgação forte do local.

Figura 4 – Fachada da Pinacoteca



Fonte: Ricardo Barreto (2013)

O quinto local visitado foi o Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Norte, que fica na Cidade Alta. Um Instituto particular é responsável pelo local, mas os funcionários são cedidos em parceria pelo governo estadual através da Fundação José Augusto. O local possui um enorme acervo histórico e geográfico do RN que é aberto para o público. Espaço destinado aos pesquisadores, estudantes, curiosos e amantes da cultura popular. O entrevistado 5 é funcionário estadual cedido ao Instituto e repassou que no local não existe adaptações no acesso, mas existe um projeto para isso. Disse que não existe um período para manutenção dos espaços, que o local depende muito dos esforços do presidente e membros do Instituto em conseguir parcerias. Falou que não existe verba específica para a manutenção do local. Informou que por se tratar de um acervo antigo eles têm muito cuidado com o material, mas que é difícil evitar a degradação do acervo. Disse não saber se existe alguma divulgação. Relatou que o poder público estadual cede alguns funcionários ao local através da Fundação José Augusto. Também disse que o acesso é gratuito e que apenas alguns turistas mais curiosos visitavam o local, sendo os estudantes locais os que mais utilizam o espaço.

Nota-se que falta um apoio maior do poder público mesmo o local sendo privado, pois é um local de interesse coletivo e que oferece serviço gratuito. Atualmente o local está em obras, funcionando apenas o anexo que fica de frente ao Instituto. É um local agradável e útil para a população local e atrativo para aqueles

turistas que gostam de conhecer os aspectos históricos da localidade visitada. O local carece de uma manutenção mais frequente e precisa de apoio do poder público.

Figura 5 - Fachada do Instituto Histórico e Geográfico



Fonte: Ricardo Barreto (2013)

O sexto local visitado foi o Memorial Câmara Cascudo, que mantém um acervo do pesquisador e folclorista Luís da Câmara Cascudo, uma lenda viva da cultura popular Norte Riograndense. O local mantém o acervo de Cascudo e é mantido pela Fundação José Augusto do governo estadual. O entrevistado 6 é funcionário do lugar e repassou que:

“As pessoas com deficiência precisam entrar por trás no estacionamento e não tem como elas irem ao primeiro andar, mas em breve reformas serão feitas para essa adequação. Estamos realizando uma reforma pelo menos uma vez ao ano. Não existe verba específica para manutenção do lugar.”

Também informou que fazem o possível para manter as obras de Cascudo preservadas e bem conservadas, orientando antes de a pessoa utilizar o material do acervo. Relatou que existe a divulgação do local, que é feita pela Fundação. Ele disse que não sabe informar se o poder público ajuda o Memorial, mas que independente disso o local é bem visitado. Também disse que o acesso é gratuito e muitos turistas vão ao local para conhecer a obra de Cascudo.

Percebe-se que o local é atrativo por si só pela história e obra de Cascudo. O espaço é adequado para visitação e dispõe de uma boa estrutura física. Mas como em outros espaços não foi visto um material de divulgação visível. Pessoas com deficiência física não possuem um fácil acesso ao local e a manutenção é do tipo emergencial, que só é realizada no limite.

Figura 6- Fachada do Memorial Câmara Cascudo.



Fonte: Ricardo Barreto (2013)

O sétimo local visitado foi o popular “Beco da Lama”, um conhecido reduto boêmio e de gastronomia regional localizado na Cidade Alta. No Beco ocorre eventos musicais semanalmente e sempre de maneira gratuita. O entrevistado 7 é funcionário de um comércio que fica no Beco e repassou que não existe adaptação

do acesso no local e que de vez em quando a prefeitura realizava reparos, mas a limpeza é feita pela urbana. O entrevistado disse:

“ Deveria ter banheiros químicos aqui. Muita gente passa aqui durante o dia. E as próprias pessoas que passam pelo local jogam coisas no chão. Só tem divulgação do local quando tem evento grande. As pessoas ficam sabendo que existe o Beco porque alguém que frequenta convida.”

Também disse que a estrutura do local é precária e que as pessoas continuam vindo pelo costume e a alegria do lugar e para comer e beber. Ele informou que não paga nada para entrar no Beco e que poucos turistas vão ao local, apenas os natalenses que gostam de beber e gostam da comida de lá, frequentam sempre, indo quase todo dia.

É claro que existe um distanciamento das ações públicas no local. Ele sobrevive devido a organização dos comerciantes em manter as atividades com a estrutura existente. Eventos pontuais ocorrem e atrativos musicais são permanentes mesmo sem estrutura adequada no local. Falta uma divulgação do local. Boa parte dos natalenses desconhecem a existência do lugar. A manutenção do espaço deixa a desejar e a limpeza também, pois o local estava bastante sujo e mal cuidado. A degradação do espaço urbano no Beco pode ser modificada como foi feito no Bairro do Recife. Para Leite (2002, p.119):

Em que pese a sua singularidade, o Plano Revitalização do Bairro do Recife repetiu, a exemplo de outras cidades históricas no Brasil e em outros países, uma tendência que tem se proliferado nas duas últimas décadas, cujo resultado mais visível tem sido uma contínua alteração da paisagem urbana com a transformação de degradados sítios históricos em áreas de entretenimento urbano e consumo cultural.



Fonte: Ricardo Barreto (2013)

O oitavo local visitado foi a Capitania das Artes, localizada na Ribeira. É mantido pela Fundação Capitania das Artes da prefeitura de Natal e possui espaços para exposições, dança, artes e um pátio para apresentações musicais. A fundação é responsável por difundir e acompanhar as atrações culturais em Natal, além de apoio na capacitação e elaboração de projetos. A entrevistada 8 repassou que no local existe várias rampas de acesso. Ela disse não saber o período de manutenção e que existe sim, uma verba para isso. Ela informou que as pessoas utilizam os espaços com cuidado e que todo evento aqui tem um responsável e ele tem a responsabilidade de acompanhar o que as pessoas estão fazendo no local. Relatou que existe divulgação permanente do local, através da Fundação e que possui vários folhetos informativos do local. Ela falou que a prefeitura tem um cuidado especial com a Capitania, pois no local se desenvolve todo tipo de atividade artística. Ela também disse que a prefeitura lança editais para utilização do espaço através de projetos. Ainda disse que o acesso é gratuito e que quase nenhum turista frequenta o local, sendo as pessoas que moram em Natal as que mais utilizam o espaço.

Percebe-se que o espaço é muito bem cuidado, até pelo fato de a Fundação Capitania das Artes ser responsável direta pela movimentação cultural da cidade. O poder público é bem atuante no local. Os espaços são de fácil acesso inclusive para deficientes e esses espaços são bem divulgados na mídia.

Figura 8 – Fachada da Capitania das Artes.



Fonte: Ricardo Barreto (2013)

O nono local visitado foi a rua Chile, que fica na Ribeira. Conhecido por abrigar bares, boates e comércios e servir de palco para eventos multiculturais. A rua termina onde inicia o porte de Natal. A rua Chile faz parte da noite natalense desde a época em que a Ribeira era o local onde tudo acontecia em Natal. O entrevistado 9 trabalha em um comércio local e repassou que não sabia se o espaço tem o acesso adaptado. Ele disse que a prefeitura tá sempre pintando e limpando o local. Informou que as pessoas fazem suas necessidades no meio da rua quando tem eventos no local mesmo tendo banheiro nos bares da rua. Ele acredita que deve existir algum tipo de divulgação. Relatou que existe apoio do poder público porque sempre tem eventos no local e são de graça, só não sebe se tem dinheiro para estruturar a rua. Falou que o acesso é gratuito, mas nos bares é pago, na rua que é acesso gratuito, mesmo quando é fechada para eventos. Também disse que muita gente vai bater foto por causa dos prédios antigos, muito turista. Ainda disse que a população local vai mais de noite para a balada.

Nota-se que o local é bem cuidado pelos proprietários de estabelecimentos e pelo menos com relação à limpeza o poder público contribui muito. Falta uma

divulgação maior por parte da prefeitura. A divulgação ocorre quando tem eventos gratuitos, mas nada direcionado ao local de forma cotidiana. Por ser calçada e a rua ser estreita o acesso é difícil para deficientes, mas é fácil para a população de maneira geral. Abriga diversos prédios antigos que são potenciais atrativos turísticos se bem divulgados. A população não colabora em deixar a rua que já é estreita livre, estacionando em local proibido.

Figura 9 - Extensão da Rua Chile



Fonte: Ricardo Barreto (2013)

O décimo local visitado foi o teatro Alberto Maranhão, localizado na Ribeira. O local abriga espetáculos locais e nacionais. Tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Rio Grande do Norte e é administrado pela Fundação José Augusto. Possui uma fachada belíssima. O entrevistado 10 trabalha no teatro e repassou que no local existe rampa de acesso e que os reparos são feitos sempre quando necessários. Informou que existe verba específica para a manutenção. Ele disse que as pessoas são muito educadas e seguem todas as orientações passadas pelo microfone. Relatou que existe divulgação na tv informando horário e datas dos espetáculos, além do próprio site. Falou também que a manutenção é feita pelo poder público junto com a direção do teatro e sempre estão pensando em melhorias para o local, além de os funcionários serem da Fundação. Ainda disse que a entrada é paga, até porque o espaço é alugado para custear a manutenção do local, mas também achava os preços um pouco caro para nossa realidade. Ele falou que muitos turistas visitam, pois as pessoas gostam do local e falam para outras que

quando veem ao estado também fazem questão de visitar o local., mas a população local frequenta e normalmente são as mesmas pessoas. Disse que quem vai mais é quem tem um poder aquisitivo melhor.

Verifica-se que o local é muito bem cuidado, mas que é espaço para uma pequena parte da população. O acesso não é fácil por serem cobrados ingressos com valores mais altos. O acesso para pessoas com deficiência existe. O local é divulgado, mas não de forma massificada.

O local possui um bom potencial turístico por ser um prédio muito bem estruturado e suas instalações confortáveis.

Figura 10 – Fachada do Teatro Alberto Maranhão.



Fonte: Ricardo Barreto (2013)

Para identificar as ações governamentais em relação ao turismo e lazer na localidade e analisar como ocorre a utilização desses espaços, foram feitas perguntas aos moradores e frequentadores do centro da cidade. As perguntas tratavam da idade do entrevistado, da profissão, do que faltava como atrativo

turístico, das ações promovidas pelo poder público, o espaço frequentado, o que não gostava, o que atraía e sobre o que podia ser feito para melhorar o centro.

Entrevista com os moradores

O entrevistado 11 é morador da Cidade Alta e repassou que tem 21 anos, trabalha como agente administrativo. Disse que falta um centro de convivência permanente, com atividades semanais. Informou que de vez em quando o poder público fazia o Circuito Ribeira e o Natal em Natal. Falou que frequentava o samba na Praça André de Albuquerque.

O entrevistado 12 é morador da Cidade Alta e repassou que tem 20 anos e é estudante do pré-vestibular. Disse que no centro poderia ter uma área verde de bosque semelhante ao Parque das Dunas. Informou que o poder público organizava o Circuito Ribeira. Também disse que frequentava o Pagode da Praça e o pagode do Beco da Lama no bar de Nazaré.

O entrevistado 13 é morador da Cidade Alta e repassou que tem 27 anos e é comerciante. Disse que poderia ter um clube com piscina e campo no centro. Informou que o poder público organiza o Circuito Ribeira e que ele frequenta o bar do Zé Reieira e as vezes o Bar Do Sol.

A entrevistada 14 é moradora da Cidade Alta e repassou que tem 38 anos e é cabelereira. Disse que gostaria que tivesse mais festas com música, pois raramente tinha. Informou que o poder público fazia o Agosto da Alegria e que ia de vez em quando à pinacoteca com os filhos. Falou que não sai muito no centro, pois era perigoso andar por lá, principalmente de noite.

Percebe-se ao realizar as entrevistas com os moradores que as pessoas não citam muitas ações do poder público e quando citam são ações pontuais. As pessoas não citaram espaços que fazem parte dos atrativos culturais. Frequentam de modo geral locais que tenham atrativos musicais e que seja necessário algum tipo de consumo. Percebe-se que as pessoas querem mais espaço de convívio social, quase inexistentes no local.

Entrevista com os frequentadores

O entrevistado 15 é frequentador do Centro da Cidade e repassou que tem 24 anos e é técnico em gás. Ele disse que deveria ter uma mega decoração natalina o ano inteiro até para homenagear a cidade. O frequentador falou na homenagem a cidade, pois a cidade de Natal tem esse nome provavelmente por causa do nascimento de Cristo. Para Souza (2008, p. 57), “Quase todos os historiadores, que estudaram o assunto, afirmaram que a Cidade tem esse nome em homenagem ao nascimento de Nosso Senhor Jesus Cristo, em cuja data natalícia a cidade foi fundada ”.

O entrevistado também disse Informou que falta divulgação da programação e que adorava o ambiente alternativo, pois pode se vestir como gosta no centro. Falou que os ambientes são bons e que poderia ser realizados mais festivais musicais. Também disse que gosta de ir no Do Sol, Beco da Lama e Rua Chile quando do tem evento.

O entrevistado 16 é frequentador do centro e repassou que tem 28 anos e é engenheiro civil. Informou que falta uma divulgação dos atrativos, pois tem vários. Disse que o cheiro desagradável em algumas localidades lhe incomodava e que adora ver os prédios antigos. Falou que os atrativos agradam a todos os gostos. Também disse que poderia ser criado eventos gratuitos mensalmente espalhados pelo centro. Também disse que gostava de frequentar os barzinhos do centro após o ambiente de trabalho.

O entrevistado 17 é frequentador do centro e repassou que tem 30 anos e é guarda municipal. Ele disse que poderiam ser construídas praças mais modernas como as que têm em Mossoró. Informou que a insegurança no centro lhe incomoda no final dos eventos e que adora o ambiente alternativo do centro. Relatou que os atrativos existentes são legais, que só frequentava barzinho e que não gostava de museu ou coisa do tipo. Ele falou que o Circuito Ribeira deveria ser permanente, o ano inteiro e que o gostava de frequentar o Zé Reieira e o Buraco da Catita.

A entrevistada 18 é frequentadora do centro e repassou que tem 29 anos e é promotor de vendas. Repassou que poderia ser construído um pavilhão de eventos. Informou que gosta de tudo no centro e que o ambiente é legal e que o que mais lhe agrada é o Pagode na Praça por ser de graça e bem animado. Ele falou que tem atrativos para todos os gostos e que deveria divulgar mais o que já tem por lá,

colocando nas redes sociais. Também disse que gosta de ir na Quinta viva do Samba que é o Samba da Praça e o Bar de Nazaré.

O entrevistado 19 é um turista que sempre que vem em natal frequenta os ambientes do centro. Ele repassou que tem 47 anos e é vendedor de carros. Ele disse que deveriam ter mais praças decoradas e com mais monumentos. Também disse que falta uma programação permanente em alguns cantos e que não via divulgação com relação aos museus, exposições, entre outros. Informou que o que mais lhe atrai é a nostalgia de relembrar o passado e que frequenta todo centro histórico nos lugares que visita. Relatou que gosta dos atrativos diurnos, pois os noturnos não oferecem segurança. Falou que deveria cuidar mais dos espaços existentes, pois a cara do centro é essa que ele já tem. Ainda disse que gosta de visitar igrejas, praça e ambientes com comida da terra.

Após entrevistar os frequentadores nota-se que apenas um turista estava visitando os locais nos dias de entrevista. Os espaços existentes são frequentados pela população local, mas possuem potencial turístico, que não é explorado. Percebe-se que os frequentadores reclamam da falta de divulgação e da insegurança no centro nas atividades noturnas. Para eles os espaços são agradáveis e acessíveis, seja pela gratuidade ou pelo seu gosto, pois existe atrativos para todos os estilos. O que já tem na localidade é o suficiente para desenvolver o turismo cultural, melhorando a divulgação e cuidando melhor das ruas, da decoração e da iluminação do centro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após colher os depoimentos e observar as ações desenvolvidas no centro da cidade de Natal, verificou-se que o Centro Histórico de Natal se apresenta como um bom atrativo turístico para os turistas e frequentadores locais. As edificações e suas áreas abertas ao público são de maneira geral apropriadas para a visitação e são bem cuidadas por seus responsáveis, mas ainda necessitam de uma maior atenção por parte do poder público na colaboração da manutenção no que se refere a uma verba específica. No caso das localidades privadas os espaços são bem cuidados por seus proprietários e de certa forma bem organizados.

Em relação aos atrativos, o que mais influencia boa parte das pessoas entrevistadas a irem visitar o local ainda é a propaganda e gratuidade em ações pontuais promovidas pelos gestores públicos e a iniciativa privada. Quando a ação é divulgada na mídia o interesse aumenta em visitar o local, principalmente em eventos que possuem atrativos musicais. Os espaços são abertos para a visitação da população e dos turistas de maneira geral de forma gratuita. Boa parte deles a visitação ocorre para a coleta de informações que servirão de base em pesquisas. Muitos estudantes frequentam esses locais. Ainda não existe uma divulgação específica por parte do poder público voltada para atrair as pessoas a esses espaços localizados no centro do município de Natal e nem uma proposta tão aparente de tornar o lugar mais atrativos para os visitantes. Ávila já falava sobre essa consciência e pouco que tem sido feito (2009 p.18):

Diversos destinos, apesar de suas potencialidades, não conseguem promover adequadamente o turismo cultural. No Brasil, ainda não existe a consciência do que cultura e turismo podem representar para o desenvolvimento, ou, se existe, até o momento pouco foi feito para colher os benefícios que supostamente se possa obter.

Quem utiliza esses espaços normalmente já gostam desse tipo de atrativo e os que vão pela divulgação nos meios de comunicação vão apenas nos eventos mais pontuais, pois são neles que se concentram a totalidade das divulgações. A falta de divulgação pode ser um dos motivos de o turismo cultural no centro de Natal ainda não ser tão difundido, pois potencial existe e torna-se claro que em ações bem planejadas e divulgadas as pessoas comparecem em grande quantidade.

Fica evidente que as ações promovidas pelo poder público, mesmo que de maneira pontual, são bem vindas pelas pessoas que freqüentam o centro da cidade. Em destaque o Natal em Natal promovido pela prefeitura municipal com atrações musicais gratuitas com artistas renomados; o Circuito Cultural Ribeira promovido pelo poder público estadual e iniciativa privada com atrativos variados espalhados pelo centro da cidade; além do Agosto da Alegria, promovido pelo poder público estadual. Os eventos pontuais ocorrem normalmente na Ribeira, mas os atrativos edificadas estão em sua maioria na Cidade Alta. Antunes (2006, p.16) já falava da interação entre poder publico e privado no desenvolvimento do turismo.

Ao analisar a literatura pertinente o tema tratado, nota-se um certo consenso em torno do fato de que o turismo pode e deve desenvolver-se, porém sob a perspectiva dos benefícios gerados a partir da preservação, tanto dos patrimônios históricos, culturais e naturais, como dos sociais. Esta não resume uma simples tarefa. Dada a sua complexidade, sugere-se que ela seja desempenhada tanto pelo poder público como pela iniciativa privada e pela comunidade.

Percebe-se que quando o poder público administra a localidade as informações são passadas como se tudo estivesse em perfeito estado, principalmente se for um gestor do local, mas os funcionários da parte mais operacional relatam algo mais próximo da realidade e pode-se colher informações que estão mais de acordo com a realidade. Por isso pesquisas futuras podem ser feitas no intuito de confirmar esses dados e verificar as informações repassadas e analisar a atuação dos espaços em relação ao turista e aos frequentadores locais.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Rogéria. Desenvolvimento turístico: um olhar sobre as comunidades receptoras. In: RUSCHMANN, Doris. **Planejamento turístico**. Ed. Manole LTDA, Barueri, 2006.

ARAÚJO, Marina. A educação pelo e para o turismo: uma perspectiva a partir da leitura da paisagem. In: **Recreação, esporte e lazer: espaço, tempo e atitude**. Ed. Instituto Tempo Livre. Recife, 2007.

AVILA, Marco Aurélio. Política e planejamento em cultura e turismo: reflexões, conceitos e sustentabilidade. In: AVILA, Marco Aurélio. **Política e planejamento em cultura e turismo**. Ed. Editus. Ilhéus, 2009.

BANDUCCI JÚNIOR, Álvaro. Turismo e antropologia no Brasil: estudo preliminar. In: Barreto, Margarita. **Turismo e identidade local: uma visão antropológica**. Ed. Papirus. Campinas, 2003.

BARBOSA, A. Dantas. A literatura do cordel como uma opção de turismo cultural em Natal. In: MAIA, L. F. dos Santos. **Turismo: cultura, lazer e possibilidades de intervenções**. Ed. Gráfica do Banco do Nordeste do Brasil. Natal, 2004.

BECKER, Bertha Koiffman. **Levantamento e avaliação de política federal de turismo e seu impacto na região costeira**. Ed. Ministério do Meio Ambiente. Brasília, 1996.

BOYER, Marc. **História do turismo de massa**. Ed. Edusc, Baurú, 2003.

CHOAY, Françoise. **Alegoria do patrimônio**. Ed. UNESP. São Paulo, 2001.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Política de turismo e território**. Coleção Turismo. Ed. Contexto. São Paulo 2002.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Geografias do turismo: de lugares a pseudo-lugares**. Ed. Roca. São Paulo 2007.

GIL, A. Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. Ed. Atlas. São Paulo, 2009.

GIOVANNINI JÚNIOR, Oswaldo. Cidade presépio em tempos de paixão, turismo e religião: tensão, negociação e inversão na cidade histórica de Tiradentes. In: Barreto, Margarita. **Turismo e identidade local: uma visão antropológica**. Ed. Papirus. Campinas, 2003.

LIMA, H. M. de Lisandra Moraes. O Auto da Liberdade: manifestação de lazer e cultura em Mossoró/RN. In: MAIA, L. F. dos Santos. **Turismo: cultura, lazer e possibilidades de intervenções**. Ed. Gráfica do Banco do Nordeste do Brasil. Natal, 2004.

LEITE, Rogerio Proença. **Contra usos e espaço público**: notas sobre a construção social dos lugares na Manguetown. RBCS, vol.17, n 49.

LÓPES JÚNIOR, Edmilson. **A Construção social da cidade do prazer Natal**. EDUFRN. Natal, 2000.

LÓPEZ, Tânia. Rotas nacionais: fragmentando os roteiros turísticos sobre Ouro Preto. In: Barreto, Margarita. **Turismo e identidade local: uma visão antropológica**. Ed. Papirus. Campinas, 2003.

MAIA, L. F. dos Santos. **Turismo**: cultura, lazer e possibilidades de intervenções. Ed. Gráfica do Banco do Nordeste do Brasil. Natal, 2004.

MARCELLINO, Nelson Carvalho. O Lazer e os Espaços na Cidade. In: HISAYAMA, Hélder. **Sobre Lazer e Política**: Maneiras de ver, maneiras de fazer. Ed. UFMG. Belo Horizonte, 2006.

MARIZ, Marlene da Silva. **História do Rio Grande do Norte**. Ed. Sebo Vermelho, Natal, 2005.

MENICUCCI, TELMA. Políticas públicas de lazer: Questões analíticas e desafios políticos. In: HISAYAMA, Hélder. LINHARES, M. Assbú. **Sobre Lazer e Política**: Maneiras de ver, maneiras de fazer. Ed. UFMG. Belo Horizonte, 2006.

MONTEIRO, Denise de Mattos. **Introdução à história do Rio Grande do Norte**. EDUFRN. Natal, 2000.

NÓBREGA, Wilker Ricardo de Mendonça. FIGUEIREDO, Silvio Lima. **POLÍTICAS PÚBLICAS Y GESTIÓN DEL TURISMO EN LA AMAZONÍA**. Estudios Turísticos, n 180, 2009.

NÓBREGA, Wilker Ricardo de Mendonça. FIGUEIREDO, Silvio Lima. **PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LAS VISITAS AL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL Y A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS**. Estudios y perspectivas em turismo. Volume 21, 2012.

OLIVEIRA, M. V. de Farias. **Brinquedos e brincadeiras potiguares**: identidade e memória. Ed. CEFET- RN. Natal, 2007.

OLIVEIRA, Silvana Toledo. Políticas públicas e turismo sustentável: o caso de Governador Valadares/ MG. In: AVILA, Marco Aurélio. **Política e planejamento em cultura e turismo**. Ed. Editus. Ilhéus, 2009.

SOLHA. Política de Turismo: Desenvolvimento e implementação. In: RUSCHMANN, Doris. **Planejamento turístico**. Ed. Manole LTDA. Barueri, 2006.

SOUZA, Itamar. **Nova história de Natal**. Ed. Departamento Estadual de Imprensa. Natal, 2008.

TRINDADE, S. L. Bezerra. **Subsídios para o estudo da história do Rio Grande do Norte**. Ed. Sebo Vermelho. Natal, 2005.

VAZ, Alexandre Fernandez. Lazer, Indústria Cultural, Biopolítica. In: HISAYAMA, Hélder. LINHARES, M. Assbú. **Sobre Lazer e Política**: maneiras de ver, maneiras de fazer. Ed. UFMG. Belo Horizonte, 2006.

APÊNDICES

Apêndice A – Perguntas feitas aos funcionários dos locais visitados.

Existe alguma adaptação no acesso de pessoas com necessidades especiais?

Qual a periodicidade da manutenção dos espaços?

Existe verba específica para a manutenção da estrutura edificada e sua limpeza?

A forma que o espaço é utilizado é adequado para evitar a degradação do lugar?

Existe algum tipo de divulgação do local?

Existe algum apoio do poder público para manter o local e torná-lo atrativo?

A entrada é gratuita ou paga? (Gratuita ou paga)

Os turistas visitam a localidade ? E a população local se utiliza do espaço?

Apêndice B – Perguntas feitas aos moradores do centro.

Qual a sua idade?

Qual a sua profissão?

O que você acha que falta como atrativo turístico que também servirá de lazer para as pessoas que residem na localidade?

Existe alguma ação promovida diretamente pelo poder público voltado para a população e turistas no centro da cidade?

Você frequenta algum ambiente ou espaço atrativo do centro?

Apêndice C – Perguntas feitas aos freqüentadores ou turistas do centro

Qual a sua idade?

Qual a sua profissão?

O que você acha que falta como atrativo turístico que também servirá de lazer para as pessoas que residem na localidade?

O que mais lhe incomoda no centro em relação aos atrativos?

O que mais lhe atrai no centro da cidade?

O que você acha dos atrativos já existentes no centro da cidade?

O que você acha que pode ser feito para tornar o centro mais atrativo para turistas e moradores?

Quais os locais que você costuma frequentar no centro da cidade?