



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

BERNARDO MEISTER GEHRKE

**DESCOBRINDO NOVAS OFERTAS: recursos histórico-
culturais e oportunidades de inovação em turismo para a região
do Marco/RN**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Natal
2013

BERNARDO MEISTER GEHRKE

**DESCOBRINDO NOVAS OFERTAS: recursos histórico-
culturais e oportunidades de inovação em turismo para a região
do Marco/RN**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Turismo.

Orientadora: Rosana Mara Mazaro, D.Sc

Natal

2013

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

Gehrke, Bernardo Meister.

Descobrimo novas ofertas: recursos histórico-culturais e oportunidades de inovação em turismo para a região do Marco/RN / Bernardo Meister Gehrke. - Natal, RN, 2013.

92 f.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Rosana Mara Mazaro.

Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Programa de Pós-graduação em Turismo.

1. Turismo cultural - Dissertação. 2. Aspectos históricos – Dissertação. 3. Inovação no turismo - Dissertação. I. Mazaro, Rosana Mara. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/BS/CCSA

CDU 338.48-6:7/8

BERNARDO MEISTER GEHRKE

DESCOBRINDO NOVAS OFERTAS: recursos histórico-culturais e oportunidades de inovação em turismo para a região do Marco/RN

Dissertação de Mestrado apresentada à Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGTUR/UFRN) como requisito parcial para a obtenção do Título de Mestre em Turismo.

____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Rosana Mara Mazaro, Dr. Sc.
Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Orientadora

Marcos Antônio Leite do Nascimento, Dr.
Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Examinador

André Luiz Piva de Carvalho, Dr.
Universidade Federal da Paraíba
Examinador

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha orientadora, Rosana Mazaro, pelo apoio e paciência, assim como a todos os professores e funcionários do PPGTUR, que de alguma forma fizeram parte da minha formação.

Agradeço à minha família, na figura do meu pai, mãe e irmãos, assim como à família “emprestada”, de coração, por toda a preocupação, ajuda e conforto nas horas mais difíceis.

Agradeço à Pamela, minha amada, companheira de otimismo e desesperos.

Agradeço a todos os amigos, seja em João Pessoa, Natal ou Florianópolis, e em especial ao Marcelo, Marília e Marulo, com quem aprendi, entre um café e uma *bière*, que a ciência é mais humana do que se imagina.

Agradeço também aos queridos alunos de Pedra Grande e São Miguel do Gostoso, que me proporcionaram tanta alegria e orgulho na descoberta de novas terras, materiais e simbólicas.

“O pescador tem dois amor / Um bem na terra,
um bem no mar”

Dorival Caymmi

RESUMO

Tendo como referência os fundamentos dos sistemas regionais de inovação (RIS) e nas diretrizes políticas definidas no programa de regionalização implantado pelo governo federal, este estudo se concentrou na análise da denominada "Região do Marco", litoral norte do Polo Costa das Dunas-RN, a fim de indicar de que forma os recursos histórico-culturais podem fundamentar inovação no turismo na região, aqui representada pelos municípios de Pedra Grande e São Miguel do Gostoso. A pesquisa tem caráter descritivo, utilizando metodologia qualitativa no levantamento e análise de informações, configurando-se, ainda, como um estudo de caso. Os dados foram levantados a partir de pesquisa bibliográfica, documental, entrevista semiestruturada e, principalmente, pelo método de observação participante. Os resultados mostram uma grande diversidade de recursos culturais na região, tanto materiais como imateriais, que contudo se encontram desarticulados, e precisam ser trabalhados para que possam ser incluídos na cadeia produtiva do turismo. A principal oportunidade de inovação diz respeito à volta do Marco à região, monumento de valor inestimável, com a construção de um memorial. Pela relevância do monumento e pela evidência da região, concluímos que a volta do Marco ao seu local de origem, em articulação com os demais recursos culturais, poderá atrair um fluxo de turistas culturais, caracterizando-se assim, como sugere a teoria, como inovação de mercado ou nicho, em um região dominada pelo turismo de sol e mar e de esportes à vela.

Palavras-chave: Turismo; Inovação; Sistemas Regionais; Turismo cultural; Região do Marco.

ABSTRACT

Having as reference the fundamentals of regional innovation systems (RIS) and the policy guidelines defined in the regionalization program implemented by the federal government, this study focus on the analysis of the so-called "Landmark Region", northern coast of Polo Costa das Dunas-RN, in order to indicate how the historical and cultural resources can support innovation in the tourism of the region, represented here by the cities of Pedra Grande and São Miguel do Gostoso. This is a descriptive research, using qualitative methods of data collection and analysis, configuring, still, as a case study. Data were gathered from literature, documents, semi-structured interviews and mainly by participant observation methods. The results show a great diversity of cultural resources in the region, both material and immaterial, which however are disarticulated, and need to be worked in order to be included in the tourism productive chain. The main opportunity for innovation regards the return of the Landmark to the region, an invaluable monument, with the construction of a memorial. Taking in account the relevance of the monument and the growth of the region, we conclude that the return of the Landmark to its place of origin, in conjunction with other cultural resources, could attract a flow of cultural tourists. This fact could be, as the theory suggests, characterized as market or niche innovation, as the region is dominated by the sun and sea and wind sports tourism.

Key words: Tourism; Innovation; Regional Systems; Cultural Tourism; Landmark Region.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Pedra Grande e São Miguel do Gostoso.....	17
Figura 2 - Momentos da pesquisa de inovação em serviços.....	29
Figura 3 - Classificação de turistas culturais.....	34
Figura 4 - Recursos do turismo cultural.....	37
Figura 5 - Patrimônio Cultural segundo sua natureza.....	41
Figura 6 - Marco Quinhentista no Forte dos Reis Magos.....	50
Figura 7 - Réplica do Marco Quinhentista, Praia do Marco.....	51
Figura 8 - Terra Brasilis, de Lopo Homem - Reinéis.....	52
Figura 9 - Indicação de aguada no mapa Orbis Terrae Compendiosa Descriptio.....	53
Figura 10 - Indicação de aguada no mapa Americae Sive Novi Orbi Nova Descriptio.....	54
Figura 11 - Monte Pascoal, Bahia, e Pico do Cabugi, Rio Grande do Norte.....	55
Figura 12 - Casa de taipa abandonada no distrito de Acauã, Pedra Grande.....	61
Figura 13 - Fachadas coloridas das casas da avenida dos Arrecifes, em Gostoso.....	62
Figura 14 - Perspectiva da praia do Marco.....	63
Figura 15 - Feira livre de São Miguel do Gostoso.....	64
Figura 16 - Igreja de São Miguel Arcanjo, em SMG.....	64
Figura 17 - Interior da capela, quando da presença do Santo Cruzeiro do Marco.....	65
Figura 18 - Capela em sua terceira versão, e construção da nova base para a réplica.....	66
Figura 19 - Museu Casa de Taipa, frente.....	67
Figura 20 - Interior do Museu Casa de Taipa.....	67
Figura 21 - Labirinto sendo trabalhado na grade, em Acauã.....	70
Figura 22 - Cestaria em Acauã, Pedra Grande.....	70
Figura 23 - Miniaturas do Marco entalhadas em madeira.....	71
Figura 24 - Regata de paquete em Enxu Queimado.....	72
Figura 25 - Pastoril da melhor idade, em SMG.....	74
Figura 26 - Grupo de Pastoril de Acauã, Pedra Grande.....	75
Figura 27 - Boi de reis durante a I Mostra de cinema de Gostoso.....	76
Figura 28 - Marco Quinhentista como atrativo âncora na Região do Marco.....	80
Figura 29 - Comitê gestor do Memorial do Marco.....	83

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Trabalhos monográficos brasileiros com os termos “turismo” e “inovação”	20
Quadro 2 - Categorias de inovação.....	29
Quadro 3 - Tipos de Turismo Cultural.....	36
Quadro 4 - Quadro metodológico	44
Quadro 5 - Folguedos e grupos encontrados na Região do Marco.....	73
Quadro 6 - Sistematização dos recursos endógenos	78

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AMAC	Associação dos Moradores e Amigos de Cauã
BDTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
BNDES	Banco Nacional do Desenvolvimento
CNFCP	Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular
FIFA	<i>Fédération Internationale de Football Association</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICT	Instituições Científicas e Tecnológicas
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
MTUR	Ministério do Turismo
OMT	Organização Mundial do Turismo
PNC	Plano Nacional de Cultura
PRONATEC	Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
PRT	Programa de Regionalização do Turismo
RIS	<i>Regional Innovation Systems</i>
SMG	São Miguel do Gostoso
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 PROBLEMÁTICA	13
1.2 JUSTIFICATIVA	18
1.3 OBJETIVOS	23
1.3.1 Geral.....	23
1.3.2 Específicos.....	23
2.1 INOVAÇÃO	24
2.1.1 Inovação em turismo	27
2.2 OFERTA TURÍSTICA BASEADA EM ELEMENTOS HISTÓRICO-CULTURAIS: O TURISMO CULTURAL	31
3 METODOLOGIA	42
3.1 TIPO DE PESQUISA	42
3.2 METODOLOGIA DA PESQUISA.....	42
3.3 UNIDADE DE ANÁLISE	43
3.4 TÉCNICAS DE PESQUISA.....	43
3.4.1 Levantamento de dados	43
3.4.2 Análise dos dados.....	44
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	45
4.1 SISTEMATIZAÇÃO DOS RECURSOS HISTÓRICO-CULTURAIS DE INFLUÊNCIA NA REGIÃO DO MARCO.....	47
4.1.1 O Marco Quinhentista: uma história mal contada?.....	48
4.1.1.1 As evidências de uma outra história do descobrimento.....	51
4.1.2 Conjunto Arquitetônico.....	60
4.1.3 Lugares de referência à memória - acontecimento histórico.....	62
4.1.4 Feiras e mercados de caráter cultural	63
4.1.5 Arquitetura religiosa.....	64
4.1.6 Museu	66
4.1.7 Gastronomia Típica.....	67
4.1.8 Artesanato.....	68
4.1.9 Atividades tradicionais de trabalho.....	71
4.1.10 Formas de expressão - Folguedos	73
4.1.11 Personalidades.....	76
4.1.12 Festas, eventos e celebrações.....	77

4.1.13 Quadro de sistematização dos recursos endógenos.....	78
4.2 OPORTUNIDADES DE INOVAÇÃO PARA O TURISMO DA REGIÃO DO MARCO	79
4.2.1 Avaliação do Marco como atrativo	81
4.2.2 Memorial do Marco: um vislumbre	82
5 CONCLUSÕES	85
5.1 RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS	87
REFERÊNCIAS	88

1 INTRODUÇÃO

“Andei por andar, andei / e todo caminho deu no mar”

Dorival Caymmi

1.1 PROBLEMÁTICA

A atividade turística sempre dependeu da inovação para o seu desenvolvimento, que só pôde se realizar de maneira mais expansiva quando meios de comunicação, transporte e hospedagem, elementos básicos da cadeia produtiva de turismo, se inovaram a ponto de se tornar eficientes e acessíveis. Soma-se a isso uma população que goza de direitos como férias remuneradas e que é impulsionada de todos os lados para o consumo de viagens e lazer, e obtém-se, de maneira geral, uma ideia da relação e importância entre o turismo e a inovação.

Em um mundo globalizado cada vez mais interconectado, onde o sujeito-consumidor tem acesso à informação em tempo real, e onde o mercado se coloca cada vez mais acirrado e competitivo, inovar não representa mais um diferencial, mas sim, um imperativo. O ambiente competitivo no qual o turismo se insere, dinâmico e diferenciado, necessita de mudanças constantes, sob pena de uma deriva estratégica que possivelmente levará o destino ou empresa ao fracasso (TRIBE, 2003).

Para além da inovação, o próprio turismo, como atividade econômica, se coloca cada vez mais em evidência. Segundo a Organização Mundial de Turismo (OMT, 2013), a atividade é responsável por cerca de 9% da riqueza mundial, assim como por gerar um a cada onze empregos existentes no planeta. Até 2030, o número de chegadas internacionais em todo o mundo irá aumentar em média 3,3% ao ano, onde os países emergentes, incluído o Brasil, crescerão a uma taxa média de 4,4%, dobro do crescimento das economias desenvolvidas, previsto para 2,2% ao ano. No caso do Brasil, no biênio 2011/2012 houve um aumento de 4,5% das chegadas internacionais, partindo de 5,43 milhões até 5,65 milhões. O Ministério do Turismo (MTur) espera que esse número chegue aos 6,2 milhões até o final de 2013¹, desempenho que deverá aumentar consideravelmente diante dos megaeventos FIFA World Cup e Olimpíadas. Mas apesar das boas perspectivas de crescimento para os próximos anos, o Brasil,

¹ Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20130701-1.html>. Acesso em: 23/jul 2013.

no cenário mundial, ainda tem posição bastante tímida, garantindo apenas uma fatia de 3,5% do mercado total, apesar do tamanho, diversidade cultural e riqueza natural contidas em terras tupiniquins.

Diante do desafio de alavancar o turismo brasileiro, o Ministério do Turismo lançou em 2004 o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), que vem sendo desenvolvido desde então. Atualmente vinculado ao Plano Nacional de Turismo 2013-2016, o macroprograma tem como premissas:

- ***Abordagem territorial**, adotada como referência para o desenvolvimento
- *Integração e participação social, fortalecendo o protagonismo da cadeia produtiva do turismo no âmbito regional (...)
- *Inclusão, entendendo a região como espaço plural e participativo, que amplia as capacidades humanas e institucionais (...)
- *Descentralização (...)
- ***Sustentabilidade**, compreendendo o desenvolvimento sustentável das regiões turísticas como base para a preservação da **identidade cultural**, respeitando as especificidades políticas, econômicas, sociais e ambientais
- ***Inovação**, definida como a capacidade da cadeia produtiva do turismo, de compreender que a estruturação dos destinos turísticos depende de uma nova visão integradora do desenvolvimento produtivo e da competitividade (...)
- ***Competitividade**, entendida como a capacidade crescente de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas ao setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva (BRASIL, 2013, p.23, grifo nosso)

O governo brasileiro, ao enfatizar a competitividade e a inovação como premissas básicas do PRT, espera reverter uma situação que tem se mostrado um entrave ao pleno desenvolvimento turístico brasileiro: baixos índices, tanto com relação à competitividade quanto à inovação. De acordo com o Global Innovation Index (CORNELL UNIVERSITY; INSEAD; WIPO, 2013), o Brasil ocupa apenas a 64ª posição no ranking mundial dos países mais inovadores, tendo recuado 6 degraus com relação ao mesmo estudo em edição anterior, onde figurava no 58º lugar. Já no que diz respeito especificamente ao turismo, o Brasil não consegue galgar posição entre as nações mais competitivas, alcançando apenas a 51ª colocação de um total de 140 países, segundo o Travel & Tourism Competitive Report (WEF, 2013). Percebendo a intensa relação entre inovação e competitividade, o MTur dá ênfase às ações que tenham como diretriz transformar a realidade competitiva e inovativa do turismo brasileiro, adotando para isso a escala espacial regional. Ao utilizar a abordagem territorial de região, o MTur segue uma tendência mundial, que entende que a dimensão regional é a ideal para um

desenvolvimento cooperativo, sustentável e equitativo para os seus participantes. Hall e Williams (2008) reforçam, afirmando que *“territorial agglomeration provides the optimum context for an innovation-based learning economy promoting localized learning and endogenous regional economic development”* (p.143). Na fusão desses dois conceitos, regionalização e inovação, estão os chamados sistemas regionais de inovação (RIS), que podem ser definidos como *“a systemic approach to carrying out diffusion of innovations at the regional scale, which is used as a comprehensive framework for analyzing complex innovative profiles, trajectories, and for guiding implementation of regional innovation strategies”* (WEIDENFELD, 2013, p. 193). Os RIS utilizam a região como escala geográfica, acreditando que na região encontram-se características específicas, únicas e intrínsecas, impossíveis de se reproduzir em outro local, sendo assim de extrema importância para a cadeia da inovação (HALL; WILLIAMS, 2008).

Além disso, outra premissa do PRT de eminente relevância para o presente estudo é a sustentabilidade, na medida em que, entendida aqui no seu sentido mais abrangente, compreende também a valorização e preservação da identidade cultural de um povo, ou seja, a maneira como se percebe e opera dentro do mundo social. É lugar-comum afirmar que o Brasil possui imensa riqueza e diversidade culturais. O Travel & Tourism Competitiveness Report (WEF, 2013), apesar de usar variáveis contestáveis na classificação dos recursos culturais, coloca o Brasil na 23ª posição, dentre um total de 140 países. O Índice de Competitividade do Turismo Nacional (BRASIL, 2012a) corrobora com tal visão acerca da riqueza cultural brasileira, dizendo que

Em geral, a maioria dos destinos dispõe de aspectos culturais que podem gerar interesse por parte dos turistas, como artesanato, culinária típica, grupos artísticos e manifestações populares. Além disso, em boa parte deles há bens registrados ou tombados como patrimônio (histórico, artístico, imaterial), fator importante para garantir a preservação cultural. (p.51)

No entanto, apesar da incontestável diversidade de culturas presente em nosso território, as políticas públicas na área ainda se mostram falhas e ausentes, comprometendo a preservação e a valorização dos aspectos culturais brasileiros. Sobre isso, como o mesmo estudo coloca, *“as questões relacionadas com políticas de cultura ainda estão em fase de desenvolvimento. Como exemplo, pode-se citar que são poucos os destinos que controlam a capacidade de carga para utilização turística do patrimônio cultural”* (BRASIL, 2012a, p.51). Inventários e outras ações fazem parte de um esforço válido, porém insuficiente. É preciso então

refletir como, através do turismo, pode-se gerar desenvolvimento, sem afetar a preservação e continuidade das culturas que entram em contato com o fluxo turístico global.

Como uma das ações do Programa de Regionalização do Turismo, foram identificadas, caracterizadas e criadas 276 regiões turísticas, abrangendo cerca de 3.635 municípios brasileiros, em todas as unidades da federação e distrito federal. Acredita-se que a cooperação, troca de experiências, conhecimento e roteirização de acordo com a afinidade e proximidade possam fazer do turismo um motor do desenvolvimento econômico por todo o país, além de gerador e distribuidor de riqueza.

Apesar do colocado, mesmo dentro de uma região turística, existem municípios que possuem mais afinidade que outros, compartilhando dos mesmos tipos de recursos turísticos, que podem ser formatados e trabalhados conjuntamente para a configuração de novos atrativos e diversificação da oferta. Nesse sentido os municípios de Pedra Grande e São Miguel do Gostoso, apesar de fazerem parte, com mais outros 19 municípios, do Polo Costa das Dunas, compartilham entre si características únicas e intrínsecas. São os elementos histórico-culturais, encabeçados por toda a história e potencialidade depositadas na Praia do Marco, divisa territorial entre os dois municípios, e no Marco Quinhentista, que hoje se encontra na Fortaleza dos Reis Magos, em Natal, distante do seu local de origem. A figura 1, na página seguinte, localiza os municípios de Pedra Grande e São Miguel do Gostoso dentro do Polo Costa das Dunas.

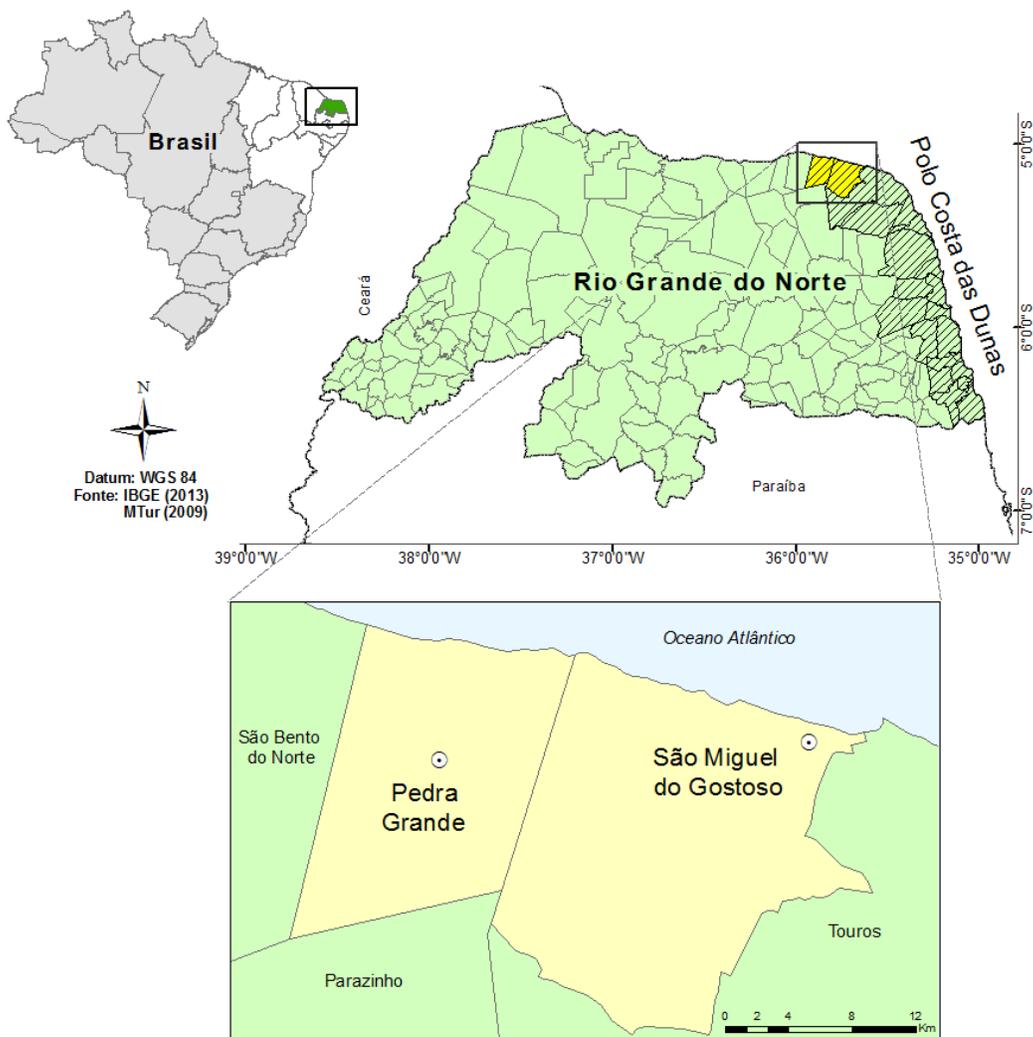


Figura 1 - Pedra Grande e São Miguel do Gostoso. Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Diante do que foi exposto acima, o presente trabalho tem como pretensão diagnosticar uma vocação ou competência regional, através da identificação dos elementos histórico-culturais pertencentes aos dois municípios supracitados, de modo que se possa caracterizar como uma diversificação na oferta turística do Rio Grande do Norte, e com isso, uma inovação em nível regional.

Aqui então se coloca a pergunta-problema que norteia a nossa pesquisa: De que forma os recursos históricos e culturais da região do Marco podem gerar oportunidades para inovação em turismo?

1.2 JUSTIFICATIVA

Desde os estudos clássicos em inovação, que encontram em Joseph Schumpeter o seu maior expoente, o tema tem sido tratado mais comumente como referência à indústria de transformação propriamente dita, ou seja, a manufatura. Só recentemente a noção de inovação foi relacionada à produção intangível, tendo encontrado no setor de serviços, e mais especificamente no turismo, terreno fértil para investigação. Com essa nova percepção, há um interesse crescente nos estudos de inovação em turismo. Sobre a pertinência desses estudos, Hjalager coloca que *“this increased attention must be welcomed, as innovation research represents a meaningful and valuable way of understanding the economic dynamics of the sector, and deeper insights will be helpful for the industry and policy makers alike.”* (2010, p.1). Sendo assim reiteramos a importância de trabalhos na área, na medida em que consideramos que entender como funciona a inovação em turismo significa entender o próprio turismo em si a partir de um viés único, significativo, mas ainda incipiente e pouco explorado.

Ainda, de acordo com a European Commission (2012), é reconhecida e destacada a intensa relação entre o conceito de região e a inovação. Segundo o documento, *“Regions are increasingly becoming important engines of economic development. Geographical proximity matters in business performance and in the creation of innovation. Recognising this, innovation policy is increasingly designed and implemented at regional level”* (p.8). Apesar da relevância dada ao enfoque territorial regional, as pesquisas e dados sobre inovação nesse contexto ainda são escassos, como continua o documento: *“However, despite some advances, there is an absence of regional data on innovation indicators which could help regional policy makers design and monitor innovation policies”* (p.8).

O governo brasileiro, atento à importância da inovação como agente transformador, sancionou em 2004 a chamada Lei Geral da Inovação, de número 10.973, de 2 de dezembro do citado ano². Com isso foi criado um aparato legal de incentivo à inovação no Brasil, alinhando agências de fomento e instituições científicas e tecnológicas (ICT) no desafio de incrementar, em escala macroeconômica, os níveis de inovação em todo o país, assim como equilibrar assimetrias regionais, no que tange ao desenvolvimento tecnológico. Seguindo esse pensamento diversas unidades da federação, entre elas o Rio Grande do Norte, criaram as próprias leis estaduais de inovação, articulando esforços com as ações promovidas em âmbito federal. A lei

² Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/110.973.htm>. Acesso em: 28/ jul 2013.

potiguar de inovação³, número 478/12 foi sancionada como Lei Complementar, e é bastante recente, tendo entrado em vigor em dezembro de 2012.

Além disso, chamou-nos a atenção o descaso e a falta de conhecimento acerca da história do Rio Grande do Norte e do Brasil, das quais a Praia do Marco, e o próprio Marco em si, o mais antigo monumento de colonização das Américas (CASCUDO, 1965), são testemunhas. Pouco se fala e são poucos os que conhecem os fatos históricos que trouxeram esse monumento às areias potiguares. São poucos que conhecem a importância que o Marco tomou para as comunidades próximas, como objeto de adoração, relíquia sagrada e motivo de romarias e votos. Assim como são controversos os motivos que fizeram com que o Marco fosse retirado do seu local original e levado à capital, Natal.

Contudo as perspectivas se mostram auspiciosas. Está em andamento um projeto, financiado pelo BNDES e idealizado pela AMAC (Associação dos moradores e amigos de Cauã), para a construção do Memorial do Marco, estrutura que, além de abrigar e contar a história do monumento, servirá de espaço multifunção, proporcionando às comunidades do entorno espaço propício para organização de eventos e cursos. O memorial será construído na Praia do Marco, um pouco afastado do lugar original de chantadura, devido às fortes investidas da maré.

Nesse contexto, que promove um movimento de retomada do reconhecimento do Marco Quinhentista, os dois municípios envolvidos entrarão em evidência no contexto turístico local, dessa vez não pelas praias paradisíacas ou ventos constantes já explorados turisticamente em São Miguel do Gostoso, mas sim por conta de elementos de caráter histórico-culturais, o que, em tese, determinaria um novo segmento para a região. Além disso é interessante pensar que, dentro de um polo turístico dominado por destinos cujos principais produtos são o binômio sol e mar, o diagnóstico de recursos e a formatação de roteiros histórico-culturais trará uma diversificação na oferta importante para o crescimento da atividade turística, em que a renda gerada por tal fluxo pode financiar a preservação, resgate e valorização do patrimônio a ser consumido pelo turismo cultural.

O governo federal, através do Ministério da Cultura, ciente do descaso com que são tratados os recursos culturais quando da formação da oferta turística nacional, lança mão, nas metas do Plano Nacional de Cultura (PNC) de uma tentativa concreta de reverter tal situação.

³Disponível em:

<<http://www.fapern.rn.gov.br/contentproducao/aplicacao/fapern/aplicativos/arearestrita/upload/LEI%20478-12%20Lei%20de%20inovacao.doc>>. Acesso em: 29/ jul 2013.

A meta número dez do referido plano diz o seguinte: “Aumento em 15% do impacto dos aspectos culturais na média nacional de competitividade dos destinos turísticos brasileiros” (BRASIL, 2011a, p.33). Como o plano tem validade até o ano de 2020, espera-se que o fator cultura, tão festejado no discurso, alcance de fato posição de relevância dentro do contexto turístico nacional, já que, como claramente continua o texto de esclarecimento da décima meta, “nosso produto turístico cultural é pouco promovido e divulgado, e carece de estruturação e qualificação para o alcance da sustentabilidade e competitividade” (p.33). Com isso acreditamos na relevância desse estudo, na medida em que seu objeto de pesquisa, recursos histórico-culturais que ainda não foram formatados como produto turístico, coaduna com o que almeja um documento dessa proporção.

Como forma de exemplificar e ilustrar o interesse da ciência pelo tema da inovação em turismo, foi utilizada a ferramenta de busca do banco de dados da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD). A pesquisa se deu pelos termos “inovação” e “turismo” e obteve os seguintes resultados, como mostra o quadro 1:

Quadro 1 - Trabalhos monográficos brasileiros com os termos “turismo” e “inovação”

(continua)

Autor	Título	Instituição	Tipo / Curso / Ano
LAZZAROTTI, F.	Recursos para inovação e desempenho de firmas inovadoras	UNIVALI	Tese / Administração e turismo / 2012
MASKE, D. C.	Relação entre orientação empreendedora, inovação, orientação para o mercado e desempenho em empresas turísticas	UNIVALI	Dissertação / Turismo e hotelaria / 2012
GENEROSI, A.	Natal Luz em Gramado (RS), tradição e inovação: um olhar sobre os fatores que determinam o retorno dos turistas ao evento	UCS	Dissertação / Turismo / 2011
PECCINI, R.	História e cultura da alimentação: a Galeteria Peccini e o patrimônio de Caxias do Sul (1950-1970)	UCS	Dissertação / Turismo / 2010
GAETA, M. C. D.	Formação docente para o ensino superior: uma inovação em cursos de lato sensu	PUC-SP	Tese / Educação / 2007
ESCOBAR, M. A. R.	Relação das capacidades dinâmicas e orientação empreendedora com o desempenho em agências de viagens moderada pelo ambiente organizacional	UNIVALI	Tese / Administração e Turismo / 2012
MENESES, M. F.	A relação entre orientação empreendedora, capacidade dinâmica de absorção e desempenho nos hotéis familiares da cidade de Manaus	UNIVALI	Dissertação / Turismo e Hotelaria / 2012

Quadro 1 - Trabalhos monográficos brasileiros com os termos “turismo” e “inovação”

(continuação)

Autor	Título	Instituição	Tipo / Curso / Ano
SEHNEM, SM	Análise dos recursos, estratégias ambientais e desempenho de organizações	UNIVALI	Tese / Administração e turismo / 2011
TOMAZZONI, E. L.	Turismo e desenvolvimento regional: modelo APL TUR aplicado à região das Hortênsias (Rio Grande do Sul - Brasil)	USP	Tese / Ciências da Comunicação / 2007
PADILHA, A. C. M.	A estratégia de diversificação de sustento rural e a dinâmica da capacidade absorviva no contexto do turismo rural: proposição de estrutura de análise	UFRGS	Tese / Agronegócios / 2009
KLEMENT, C. F. F.	Inovação em serviços: estudo de casos em uma organização da indústria hoteleira brasileira	USP	Tese / Administração / 2007
TRINDADE, F. M.	Empreendedorismo por mulheres: um estudo com mulheres proprietárias de empresas turísticas em Florianópolis (SC)	UNIVALI	Dissertação / Turismo e hotelaria / 2009
NOGUEIRA, M. G. S.	Capacidade estratégica de resiliência e desempenho organizacional em confiabilidade e inovação	UNIVALI	Tese / Administração / 2012
NERY, L. A.	Oportunidades no turismo do rio de janeiro: alianças entre a prefeitura e o setor privado	PUC-RJ	Dissertação / Administração / 2012
SILVA, P. M.	A rota romântica: uma análise das inovações sociais decorrentes de um empreendimento turístico	UNISINOS	Dissertação / Administração / 2011
TRINDADE, D. P.	Vantagem competitiva no turismo regional: uma análise do turismo na região metropolitana da Baixada Santista	UNISANTOS	Dissertação / Administração / 2011
ROSA, M. C.	Inter-relações de turistas e moradores: um olhar através das manifestações corporais no Carnaval de Ouro Preto	UNICAMP	Dissertação / Educação Física / 1998
VALDÉS, J. A.	Marketing estratégico e estratégia competitiva de empresas turísticas :um estudo de caso da cadeia hoteleira Sol Meliá	USP	Tese / Administração / 2003
FORTES, V. M. M.	Turismo em Cabo Verde: um estudo da competitividade entre os clusters de Santo Antão-São Vicente e Sal-Boa Vista	UCS	Dissertação / Administração / 2010
BISPO, M. S.	O processo de aprendizagem coletiva e o uso da tecnologia em agências de viagens: contribuições dos estudos baseados em prática e da etnometodologia	MACKENZIE	Tese / Administração / 2011

Quadro 1 - Trabalhos monográficos brasileiros com os termos “turismo” e “inovação”

(conclusão)

Autor	Título	Instituição	Tipo / Curso / Ano
GRECHI, D. C.	O desenvolvimento turístico sob a ótica da economia institucional: uma análise do caso de Bonito (MS)	UFRGS	Tese / Economia / 2011
NIÑO, F. M.	A oferta de serviços turísticos nos ambientes de comércio online e offline	USP	Tese / Administração / 2009
GIORDANI, A. C. C.	Geografia escolar: a mediação pedagógica na autoria de objetos de aprendizagem por alunos	UFSM	Dissertação / Geografia / 2010

Fonte: Dados da pesquisa a partir do banco de dados: <<http://bdt.d.ibict.br>>. Acesso em 31/ jul 2013.

A busca resultou em 23 trabalhos, sendo 11 dissertações e 12 teses. As universidades mais recorrentes foram a UNIVALI, com 7 trabalhos, seguidos de USP e UCS, com 4 e 3 aparições, respectivamente. Já os cursos que mais obtiveram resultados foram os de administração e os de turismo. O resultado da busca mostra também o caráter eminentemente multidisciplinar do turismo como campo de estudos, já que os 23 trabalhos encontrados foram originados de 10 cursos distintos de pós-graduação.

Além disso a academia, como instituição que tem em um dos seus alicerces a pesquisa, possui uma estreita relação com a inovação. Porém sua função social só é realizada plenamente quando o conhecimento criado dentro da universidade rompe suas próprias barreiras, ganhando aplicação prática no mercado e na comunidade circundante. Sobre a relevância da academia e da educação nos processos inovativos, Hjalager afirma que

There is a need to re-emphasise issues concerning the production and diffusion of academic knowledge into the business community and the role of education as a means to do so. Universities are obliged to redefine their role in the knowledge acquisition process vis á vis enterprises and regions. They could feasibly launch a mediating and catalysing role in the innovation process, and this interaction is a research subject in its own right. (2010, p.10)

Pensamos então ser este estudo socialmente relevante, na medida em que tem foco em municípios pouco estudados no âmbito acadêmico, envolvendo elementos históricos de

grande relevância para a reconstrução crítica do conhecimento histórico brasileiro, mas que apesar disso não receberam reconhecimento proporcional, assim como elementos riquíssimos da cultura popular, com capacidade, se pensados e planejados da forma correta, de desenvolver a região através da criação de um novo mercado turístico, fundado no segmento cultural.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Geral:

Indicar de que forma os recursos histórico-culturais podem fundamentar inovação no turismo da região do Marco.

1.3.2 Específicos:

a) Sistematizar fatos históricos e culturais de influência na região do Marco caracterizados como recursos turísticos;

b) Apontar oportunidades de inovação em turismo para a região do Marco, fundamentadas em seus recursos histórico-culturais.

2 MARCO TEÓRICO

“Por te cruzarmos, quantas mães choraram,
Quantos filhos em vão rezaram! Quantas noivas
ficaram por casar. Para que fosses nosso, ó
mar!”

Fernando Pessoa

2.1 INOVAÇÃO

Diante de tempos em que a velocidade e a intensidade das transformações, nas mais diferentes esferas da vida social, se colocam de maneira extremamente contundente, se faz necessário entender a origem, o desenvolvimento e a aplicação de determinadas transformações, a fim de entender, em sua própria essência, o mundo em que vivemos. Mais ainda, em um mercado global onde estratégias adaptativas se tornam fator fundamental para a sobrevivência e o êxito, entender a inovação, peça chave nas mudanças empresariais, significa exercer um maior controle diante do mar de possibilidades e perigos resultantes dos fluxos globais.

Etimologicamente falando, o termo inovação tem origem no vocábulo latino *innovatio*, que significa “criação de algo novo” (OECD, 2006, p.55). Já no campo das ciências, não há como tentar definir inovação sem referenciar Joseph Schumpeter, economista austríaco que, na primeira metade do século XX, lançou as bases para compreendê-la. Sua definição de possui um sentido bastante amplo, não diferindo de forma significativa do que atualmente se convencionou por inovação. (OECD, 2006). Segundo o autor, o desenvolvimento está estreitamente ligado ao ato de inovar, já que é impulsionado através da introdução de “novas combinações”, economicamente mais viáveis do que o modo antigo de realizar as tarefas (SCHUMPETER, 1934 apud DREJER, 2004). Essas novas combinações, ou inovações, são lançadas por líderes chamados de empreendedores (*entrepreneurs*), que adaptam e aplicam essas novidades de forma mais rápida que os seus concorrentes. Com isso as inovações são os elementos que introduzem dinamicidade a um cenário que, de outra forma, tenderia ao estacionamento estático, se transformando assim em catalisadores do desenvolvimento econômico.

De acordo com a teorias de Schumpeter, a inovação é similar à invenção, porém a supera e a ultrapassa. Enquanto as duas são resultado da criatividade e de ideias novas, a

inovação é a aplicação rentável e viável da invenção, ou seja, levada aos níveis da implementação e da comercialização. Como coloca Hall e Williams (2008, p.5), “*inventions were connected with basic scientific or technological research, while innovations were further developments of these, or just the application of bright ideas*”. OECD reforça o argumento, dizendo que

Innovation is not identical with creativity, which means the production of new ideas, new approaches and new inventions. Innovation is the application of such new and creative ideas and inventions. From this it follows that people and organizations may be innovators without being creators. (2006, p.86)

Depois de feita a devida diferenciação entre os dois conceitos, é relevante colocar que a definição de inovação de Schumpeter abrange cinco áreas distintas: (I) a introdução de uma nova mercadoria ou tipo de mercadoria, chamada de inovação de produto; (II) a introdução de novos métodos de produção, denominada inovação de processo; (III) a abertura de novos mercados, inovação de mercado; (IV) a abertura de uma nova fonte de fornecimento de matéria-prima, chamada inovação de input; (V) e a reorganização ou reestruturação de uma empresa ou companhia, a inovação organizacional. (SCHUMPETER, 1934 apud DREJER, 2004). Schumpeter ainda afirma que, para ser considerada inovação, a mudança não necessita necessariamente ser radical, abrupta. Pequenas transformações, imperceptíveis ao consumidor porém viáveis, também são classificadas como inovação.

A partir do arcabouço teórico construído por Schumpeter surgiram diferentes definições do que é entendido por inovação, derivando em maior ou menor grau das ideias do economista. Kanter (1983 apud HALL e WILLIAMS, 2008, p.5), de forma abrangente, a define como

Innovation refers to the process of bringing any new, problem solving idea into use. Ideas for reorganizing, cutting costs, putting in new budgetary systems, improving communication or assembling products in teams are also innovations. Innovation is the generation, acceptance and implementation of new ideas, processes, products or services. Acceptance and implementation are central to this definition; it involves the capacity to change and adapt.

Fica claro então, novamente, a intensa ligação entre inovação e criatividade, no sentido da produção de ideias novas. Contudo, como foi esclarecido anteriormente, inovar não se limite a criar, mas pressupõe obrigatoriamente a implementação do que foi gerado como

novo, de modo que essa mudança ou transformação seja viável, ou em outras palavras, que haja uma melhoria com relação à condição anterior.

O Manual de Oslo, importante documento de referência que fornece diretrizes para a pesquisa em inovação, diz que

Uma inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas. (FINEP, 1997, p.55).

Já o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), responsável pelas políticas públicas da área em esfera federal, conceitua inovação como “introdução de novidade ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo ou social que resulte em novos produtos, processos ou serviços”⁴. É possível perceber, em todas as definições colocadas, a presença incontestada da categoria *novidade*. Então se faz necessário o debate acerca do que se considera como novidade, já que o termo em si abrange um infinito número de possibilidades. Para Schumpeter (1934 apud HALL, 2008), a novidade⁵ é considerada como a essência da inovação, podendo ser classificada em incremental ou radical, de acordo com o grau de ruptura com as condições prévias existentes. Johannesson et al. (2001) coloca com pertinência três questões fundamentais na análise do que vem a ser *novidade*, dentro de um conceito abrangente de inovação: *o que é novo, novo como, e novo para quem?* Essas colocações convergem com o que pensa Sundbo (1998 apud HALL e WILLIAMS, 2008), quando afirma que para ser considerado como inovação, algo não precisa necessariamente ser novo em nível mundial ou nacional, mas sim em um determinado segmento de mercado.

Na tentativa de melhor entender o que viria a ser inovação e de que modo se manifesta, Adams *et al.* (2006) identifica três maneiras distintas de classificá-la: com base no fator *novidade*, ou seja, o grau e alcance daquilo que está se considerando como novo; com base no *foco* da inovação, seja este no produto, processo, organização; e nos *atributos* da inovação em questão, como a compatibilidade e a complexidade. Tomando a novidade como variável fundamental do processo de inovação, Abernathy e Clark (1985) sugerem uma tipologia de classificação unindo os fatores de foco e alcance, o que resultou em quatro tipos de inovação:

⁴ Disponível em <<http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/51496/Conceitos.html>>. Acesso em: 23/jul 2013.

⁵ Do inglês, *newness*.

- a) Nicho (abertura de novas oportunidades de Mercado através do uso de tecnologias já existentes);
 - b) Regular (incrementais);
 - c) Revolucionária (envolve significativamente novas tecnologias, cujo impacto, porém, não atinge toda a indústria);
 - d) Arquitetural (podem modificar toda a indústria).
- (ABERNATHY E CLARK, 1985).

De acordo com essa definição, que tem a novidade como elemento de medida, a inovação varia de acordo com o grau de transformação atingido, ou seja, varia de uma simples melhoria em um processo ou produto, até uma mudança arquitetural, cujo impacto e fator de novidade é tão profundo que pode forçar a adaptação de toda uma indústria. Além disso, coadunando com o que pensa Sundbo (1998 apud HALL e WILLIAMS, 2008), algo não precisa ser necessariamente inédito para ser considerado inovação, necessitando apenas ser novo em um mercado específico, o que configura, dentro do conceito supracitado, a chamada inovação de nicho.

Diante do que foi exposto anteriormente, percebe-se que há um certo consenso acerca da definição do que vem a ser inovação, tanto por parte da academia quanto dos responsáveis pela execução das políticas públicas em turismo. A grande diferença, acreditamos nós, fica por conta da incompletude de alguns pontos de vista, focados geralmente em apenas um viés do processo de inovação.

2.1.1 Inovação em turismo

Os primeiros estudos em inovação, que têm em Schumpeter seu principal expoente, trataram exclusivamente do âmbito da indústria de manufaturas, em um tempo em que, no mundo todo, esse era o setor mais forte da economia, e o que mais gerava empregos. De lá pra cá muita coisa se transformou, e as novas relações e necessidades causaram a natural “servicização” da economia. Porém as pesquisas em inovação, já bastante adiantadas quando se tratava da produção de bens, se mostravam incipientes na análise dessa problemática quando relacionada ao setor de serviços. Como bem afirma Hall e Williams, “*The literature on innovation has largely been dominated by manufacturing, reflecting the historical belief that this was the main driver of economic change, and also because of the high profile of technology as a driver of change in earlier research*” (2008, p.8).

O turismo, inserido dentro do setor terciário, não deixou de sofrer com um profundo desinteresse por parte das pesquisas em inovação. Como afirma Camisón e Monfort-Mir (2012, p.778), “*tourism did not remain outside the relative forgetfulness suffered by the tertiary innovation*”. Esse, de acordo com Coombs e Miles (2000), é a primeira abordagem no que diz respeito ao estudo de inovação no campo de serviços, justamente o estágio de indiferença. Contudo a partir da década de 1980, principalmente devido ao *boom* causado pela indústria de software, cresceu a noção de que os produtos intangíveis traziam de fato grande potencial inovativo, que poderia ser medido e estudado de maneira concreta. Nessa perspectiva, as atenções foram voltadas também ao setor terciário, porém as teorias e modelos de análise, trazidos diretamente das pesquisas em inovação na indústria de bens, se mostraram insuficientes para um pleno entendimento da inovação em serviços. Esse é então o segundo momento, o de subordinação ou assimilação, que permeou a década de 1990. Na terceira fase, a de autonomia ou demarcação, acredita-se que serviços são consideravelmente diferentes de produtos, portando características únicas, e necessitando assim de teorias e conceitos que levassem em consideração tais especificidades. Já o quarto momento, que ainda engatinha, é o de síntese, que sugere que a inovação tanto em produtos quanto em serviços possui diversas similaridades, que podem ser estudadas em conjunto, eliminando a dicotomia e a limitação existentes em modelos que os consideram separadamente.

Além disso, como continuam Coombs e Miles, os produtos atualmente possuem uma maior carga de servicização, como o pós venda, o que faz com que esse modelo seja o mais adaptado ao contexto vigente. Drejer (2004), coloca de forma concisa a evolução das pesquisas de inovação em serviços:

Studies of service innovation are still in a relatively early development phase, where approaches applying a traditional manufacturing logic to service innovation exist alongside approaches that view services as distinctive activities. The development of an approach that takes the blurring boundaries between manufacturing and services into account, and thus applies a perspective on innovation that is not restricted to the traditional manufacturing-services dichotomy, is a natural next step. (p. 552)

A figura 2 ilustra a posição de Drejer quanto aos consecutivos momentos da pesquisa de inovação em serviços:

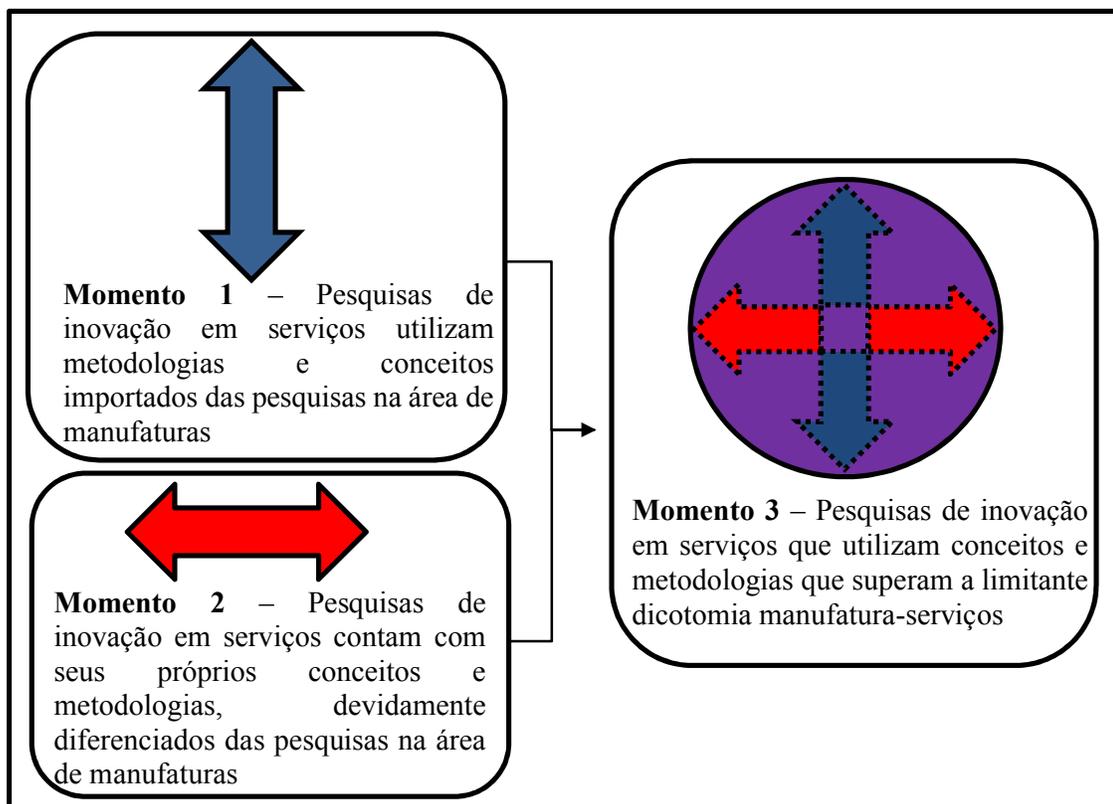


Figura 2 - Momentos da pesquisa de inovação em serviços. Fonte: Dados da pesquisa, de acordo com Drejer, 2004

Já no que diz respeito à inovação especificamente em turismo, ganha grande destaque Hjalager (2010), que em uma tentativa bem sucedida de revisar o estado da arte através de uma extensiva pesquisa da problemática e de um grande número de autores revisados, traz então a sua própria categorização de inovação, denominador comum entre os últimos e mais relevantes estudos na área. Segundo a autora, inovação em turismo pode ser dividida em cinco categorias distintas, como mostra o quadro 2:

Quadro 2 - Categorias de inovação

(continua)

Categoria	Descrição
Inovação de Produtos ou serviços	Diz respeito às transformações sentidas diretamente pelo consumidor, e percebidas como novas, tanto no sentido de inédito, como no de novo para a empresa ou mercado específico.

Quadro 2 - Categorias de inovação

(conclusão)

Categoria	Descrição
Inovação de Processos	Refere-se principalmente às mudanças que acontecem nos bastidores da empresa, visando a um aumento da eficiência, produtividade e fluxo.
Inovação Gerencial	São inovações que produzem novas formas de organizar a dinâmica interna da empresa, direcionando e capacitando pessoal, construindo planos de carreira e retribuindo o trabalho prestado através de privilégios e benefícios, ou seja, tem como foco o ambiente interno da empresa.
Inovação de Gestão	São mudanças no modo com que a comunicação global voltada aos clientes é desenvolvida, sendo assim inovações que interferem diretamente no relacionamento entre prestador de serviços e consumidor.
Inovação Institucional	Refere-se a novas e abrangentes estruturas organizacionais ou quadros legais que possibilitam o relacionamento interinstitucional, consolidado pela formação de redes e alianças de cooperação.

Fonte: Hjalager, 2010

Já a OECD (2006,) divide inovação em turismo a partir de três grandes eixos, a saber:

- a) Tecnológico ou não tecnológico
- b) Relacionado a produto ou processo, relacionado a mercado ou organização, *ad hoc*
- c) Incremental, radical ou arquitetural.

Outros diversos autores trazem definições e classificações de inovação em turismo, como Hall e Williams (2008), Weidenfeld (2013), Camisón e Monfort-Mir (2012). Contudo, decidimos nos ater ao que coloca Hjalager (2010), por conta da abrangência da sua pesquisa, do reconhecimento do seu trabalho e da sua ampla experiência no tema.

2.2 OFERTA TURÍSTICA BASEADA EM ELEMENTOS HISTÓRICO-CULTURAIS: O TURISMO CULTURAL

Podem ser inúmeras as motivações de quem viaja, assim como podem ser inúmeras as características intrínsecas ou projetadas de um determinado local, que, planejadas e alocadas em conjuntos a partir das suas afinidades, formam uma oferta dentro de certo segmento turístico. Com isso o turismo traz consigo uma grande diversidade de possibilidades de consumo do espaço, que variam de acordo com as motivações definidas como prioritárias, e as vivências pretendidas com o tempo dedicado ao lazer. Atualmente o turismo conta com um grande número de segmentos ou tipos de turismo, desde os mais óbvios até os mais excêntricos ou bizarros. De acordo com Panosso Netto e Ansarah (2009), a ciência, no uso das suas atribuições, tem como papel sistematizar esses novos tipos de turismo, de acordo com as perspectivas de cada disciplina, sem com isso limitar as possibilidades de expansão e inovação dos segmentos. Com isso há um certo desacordo entre o que pensa a academia, de forma parcimoniosa e sistemática, e o que apresenta o mercado, extremamente dinâmico e inventivo. Nesse sentido um dos grandes tipos de turismo, que conta com aceitação universal, é justamente o turismo cultural. Yang (2011) cita o aumento do interesse, por parte do turista moderno, por um contato mais próximo com as culturas locais e a experimentação de algo autêntico, o que nesse sentido o colocaria diante de atrativos como museus, lugares de patrimônio e comunidades tradicionais e étnicas.

Ao pensarmos sobre as bases e conceituações de turismo cultural, logo percebemos o quão abrangente pode ser, seguindo a lógica de multiplicidade de naturezas e onipresença do fator cultura na vida humana. Não é pretensão desse estudo discutir ou confrontar conceitos de cultura, mas sim se fixar no quem vem a ser entendido como turismo cultural. Stylianou-Lambert (2011) afirma que, ao que parece, a literatura em turismo ainda não se contentou com uma única definição do que vem a ser turismo cultural. Por isso, iremos apresentar diversas definições e tipologias, de autores brasileiros e estrangeiros, a fim de enriquecer a discussão teórica que fundamenta o nosso estudo. Silberberg (1995), autor amplamente citado na literatura internacional da área, define turismo cultural como *“visits by persons from outside the host community motivated wholly or in part by interest in historical, artistic, scientific or lifestyle/heritage offerings of a community, region, group or institution.”* (p.361). O autor, como vemos, defende que a cultura, para o turista cultural, não precisa ser a motivação única e exclusiva da visita a um destino, podendo estar em confluência com outros objetivos e desejos

de viagem. Bahl (2009), traz uma definição mais operacional, empoderando elementos vitais para o desenvolvimento de um destino turístico, como as esferas públicas e privadas. Sendo assim, o autor afirma que o turismo cultural se configura quando

Os agentes públicos e privados decidem utilizar o aparato cultural de uma localidade como recurso turístico [...] e consiste em trabalhar com os aspectos sociais e históricos que caracterizam determinada localidade, entre eles: hábitos, costumes, gastronomia, manifestações populares, arquitetura, edificações, artesanato, entre outros. (p.121)

Já Santana (2009) defende que turismo cultural está relacionado com “a atração exercida pelo que ‘as pessoas fazem’, incluindo a cultura popular, a arte e as galerias, a arquitetura, os eventos festivos individuais, os museus e os lugares patrimoniais e históricos, além da vivência de práticas e estilos de vida que diferem dos próprios.” (p.127). O autor encerra uma perspectiva antropológica do turismo cultural, na medida em que fala da atração exercida pela particularidades de cada cultura. Nesse sentido, o diferente e o exótico ganham destaque aos olhos dos turistas, em sua busca incessante pela satisfação da curiosidade despertada pelo “outro”.

Percebemos então, pela imensa abrangência do conceito de turismo cultural, e da própria experimentação da cultura por que passa o turista no ato de viajar, que existe a necessidade de realizarmos diferenciações dentro de perspectiva tão ampla, que envolveria praticamente toda e qualquer motivação de viagem, já que, onde o ser humano está presente, existe cultura. Como coloca Hughes (1996), “*most tourism is ‘cultural’ in that visits will usually involve some exposure to aspects of other cultures.*” (p. 708). Com isso Santana (2009) divide o consumidor desse segmento em duas vertentes, os turistas culturais *diretos*, e os turistas culturais *indiretos*. Os primeiros têm um maior compromisso com o contexto cultural visitado, são ávidos por informação e conhecimento, se esforçam na interpretação da dinâmica cultural e imergem de forma profunda na mesma, exaltando o nativo e seus traços culturais únicos com responsabilidade. Além disso, os turistas culturais diretos têm no conhecimento e vivência da cultura sua principal motivação de viagem. Já o segundo tipo, os indiretos, não procuram o ‘fator’ cultura como primeira opção de viagem. Geralmente estão enquadrados no turismo massificado, e usufruem de atrativos culturais apenas por se encontrarem em seu caminho, ou então pelo *status* que é conferido à visita de um patrimônio cultural de alto reconhecimento. Tem visão similar o Ministério do Turismo (2010), quando afirma que há dois tipos de turistas que fazem uso de atrativos culturais em suas viagens:

* Aqueles com interesse específico na cultura (motivação principal), isto é, que desejam viajar e aprofundar-se na compreensão das culturas visitadas, se deslocando especialmente para esse fim;

* Aqueles com interesse ocasional na cultura (motivação secundária ou complementar), possuindo outras motivações que o atraem ao destino relacionando-se com a cultura como uma opção de lazer. Esses turistas, muitas vezes, acabam visitando algum atrativo cultural, embora não tenham se deslocado com esse fim, e, apesar de não se configurarem como público principal do que conceituamos de Turismo Cultural, são também importantes para o destino, devendo ser considerados para fins de estruturação e promoção do produto turístico. (p.42)

A literatura internacional apresenta uma abordagem mais detalhada e criteriosa acerca dos níveis de envolvimento e motivação dos turistas culturais. McKercher (2002) adota uma tipologia mais ampla e minuciosa de turistas culturais, fundamentada em cinco tipos distintos, classificados de acordo com duas dimensões, a centralidade ou importância do turismo cultural para a decisão de viagem, e a profundidade da experiência percebida. A tipologia apresenta os seguintes turistas:

- d) Turista cultural intencional - o turismo cultural é a principal motivação da viagem, e o indivíduo se envolve em uma profunda experiência cultural;
- e) Turista cultural de *sightseeing* - o turismo cultural é a principal motivação da viagem, porém a experiência acaba sendo superficial;
- f) Turista cultural acidental - apesar de não ter no turismo cultural sua principal motivação de viagem, o turista acaba, depois de se envolver, tendo uma profunda experiência cultural;
- g) Turista cultural casual - o turismo cultural é uma fraca porém existente motivação de viagem, resultando assim em uma experiência superficial;
- h) Turista cultural fortuito - o turismo cultural não é a principal motivação de viagem, mas apesar disso o turista se envolve com alguma atividade cultural, o que resulta em uma experiência superficial.

A figura 3 apresenta graficamente a tipologia apresentada por McKercher (2002):

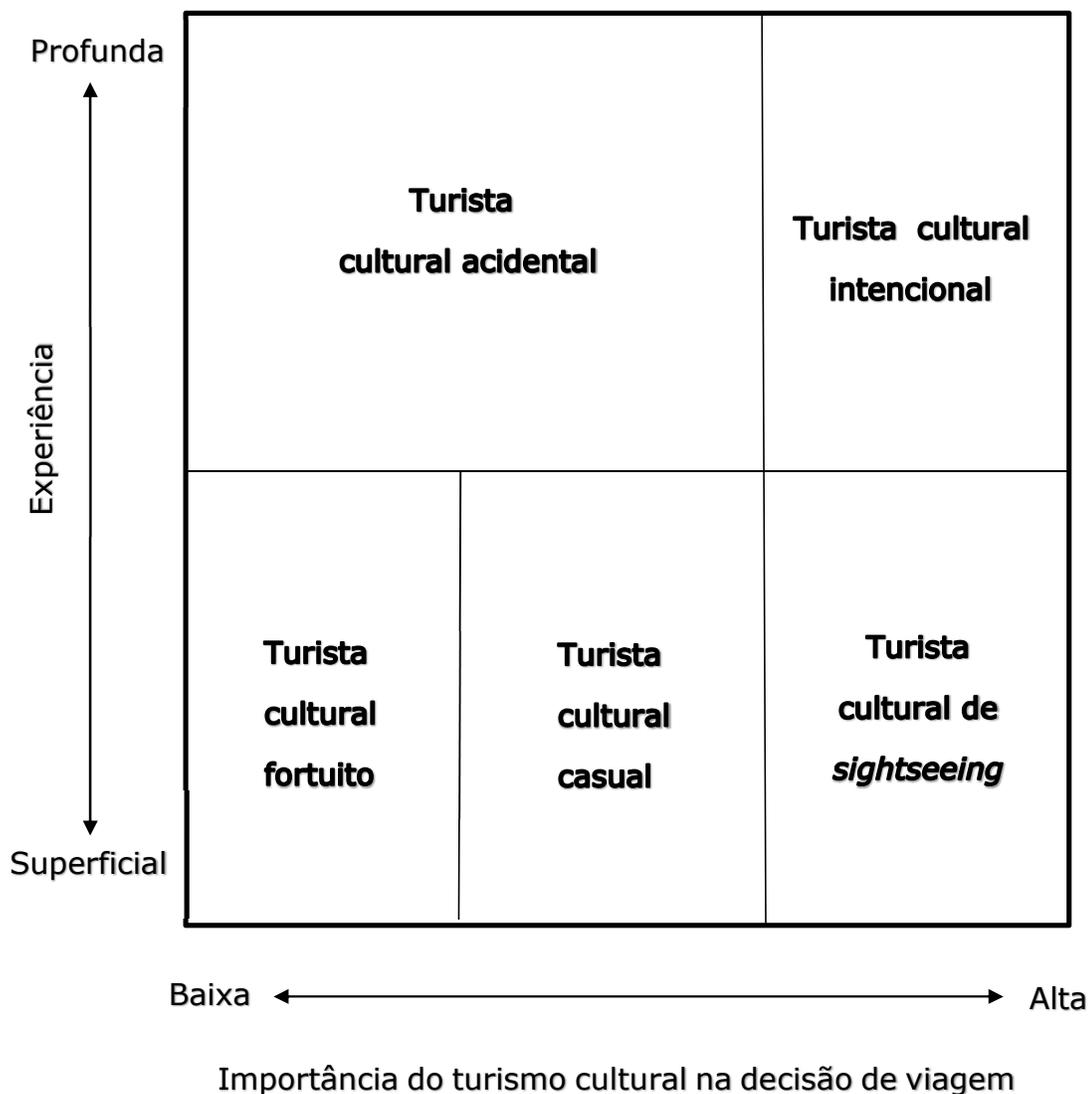


Figura 3 - Classificação de turistas culturais. Fonte: Adaptado de McKercher, 2002.

Então, de acordo com o apresentado, o autor classifica os turistas culturais a partir de duas dimensões distintas:

- **A importância do turismo cultural na decisão de visita a um destino:** baseado em diversos estudos publicados internacionalmente, que apontavam para resultados semelhantes, o autor divide essa dimensão em três níveis. Percebe que o desejo de se envolver em atividades de turismo cultural, para alguns turistas, constitui-se na principal razão de visita a um destino. Para muitos outros, contudo, o turismo cultural desempenha um menor papel na escolha de um destino. Para outros turistas,

ainda que visitem atrativos ligados ao turismo cultural, o fator cultura não apresentou relevância alguma na decisão de viagem.

- **A profundidade da experiência vivenciada na viagem:** também chamado de nível de envolvimento com o atrativo, leva em consideração que o *background* do visitante, formado por variáveis como nível educacional, conhecimento prévio sobre o atrativo, interesse específico no tema do atrativo, tempo disponível, entre outros, vai determinar o nível de profundidade da experiência vivida. Por isso turistas culturais, viajando por motivos similares, podem ter experiências completamente distintas, como afirma McIntosh e Prentice (1999).

Como se percebe, as possibilidades de experimentação do turismo cultural, em algum nível, são muito grandes, devido à inseparabilidade do ser humano e da cultura e do grande conjunto de fatores que faz com que a experiência percebida seja praticamente única para cada turista. Contudo Hughes (1996) pensa ser relevante levantar um crítica ao modo indiscriminado com que o termo turismo cultural é colocado. Diz ele que *“the terms are often applied indiscriminately to situations as diverse as trips where culture is the main activity and prime motivation, through to trips where it is a secondary activity and an incidental motivation.”* (p. 708). Cuccia e Rizzo (2011) também levantam insatisfação quanto às definições disponíveis para o turismo cultural, problematizando a grande abrangência de conceitos disponíveis, que podem variar de simples visitas a museus e lugares de patrimônio até a um conceito tão amplo e difuso que se confundiria com praticamente qualquer outro tipo de turismo.

A definição e tipologia de turismo cultural que adotamos nesse trabalho é a construída pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2010a), já que orienta a construção e aplicação de políticas públicas nas esferas federais, estaduais e municipais. Nesse sentido, o turismo cultural é entendido de forma ampla como “as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.” (p. 15). Como essa é uma definição extremamente abrangente e engloba um sem-número de possibilidades de oferta e demanda, o estudo prevê nove subtipos distintos de turismo cultural, sistematizados através dos recursos culturais de maior potencialidade, diversidade e significância dentro do contexto brasileiro. Os nove tipos são apresentados na tabela abaixo:

Quadro 3 - Tipos de Turismo Cultural

Tipos de Turismo Cultural	Definição
Turismo Cívico	Ocorre em função de deslocamentos motivados pelo conhecimento de monumentos , acompanhar ou rememorar fatos, observar ou participar em eventos cívicos, que representem a situação presente ou da memória política e histórica de determinados locais. Entendem-se como monumentos as obras ou construções que remetem à memória de determinado fato relevante ou personagem.
Turismo Religioso	Configura-se pelas atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas, independentemente da origem étnica ou do credo.
Turismo Místico e Esotérico	O Turismo Místico e o Turismo Esotérico caracterizam-se pelas atividades turísticas decorrentes da busca da espiritualidade e do autoconhecimento em práticas, crenças e rituais considerados alternativos.
Turismo Étnico	Constitui-se de atividades turísticas envolvendo a vivência de experiências autênticas e o contato direto com os modos de vida e a identidade de grupos étnicos.
Turismo Cinematográfico	O Turismo Cinematográfico caracteriza-se pelos deslocamentos motivados para a visita a locais ou atrações que tiveram aparição no cinema ou na TV, dentro do contexto da produção audiovisual em que está inserido.
Turismo Arqueológico	Segmento no qual ocorre o deslocamento voluntário e temporário de indivíduos, motivados pelo interesse ou desejo de conhecimento de aspectos pertinentes a culturas passadas, a locais onde se encontram vestígios materiais representativos de processo evolutivo do homem no planeta, deixados por sociedades pretéritas.
Turismo Gastronômico	Uma vertente do Turismo Cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos vinculados às práticas gastronômicas de uma determinada localidade.
Enoturismo	Ocorre em função de deslocamentos motivados para o conhecimento do processo da produção de vinhos, realizando visitas a vinhedos e vinícolas, fazendo parte da experiência a degustação de vinhos e de seus derivados.
Turismo Ferroviário	Transporte não regular de passageiros, com o objetivo de agregar valor aos destinos turísticos, contribuindo para a preservação da memória ferroviária, configurando-se em atrativos culturais e produtos turísticos das cidades, auxiliando-as na diversificação da oferta

Fonte: Adaptado de Ministério do Turismo, 2010, grifo nosso

2.2.1 Recursos do turismo cultural: o patrimônio cultural

Percebe-se então, pelo que foi apresentado, a grande riqueza e diversidade envolvidas na oferta turística relacionada ao segmento cultural. Contudo, para os fins específicos do nosso estudo, iremos nos ater sobretudo ao turismo cultural cívico e ao étnico, já que engloba, em sua definição, o elemento de maior relevância para o nosso tema, ou seja, o Marco Quinhentista, anteriormente conhecido como Marco de Touros, monumento histórico que testemunha a posse do território brasileiro pelos lusitanos, assim como a cultura local e todos os seus desdobramentos. Ao adotarmos tal recorte, faz-se necessário aqui identificarmos os principais recursos envolvidos na configuração da oferta do turismo cultural, como ilustra a figura 4:

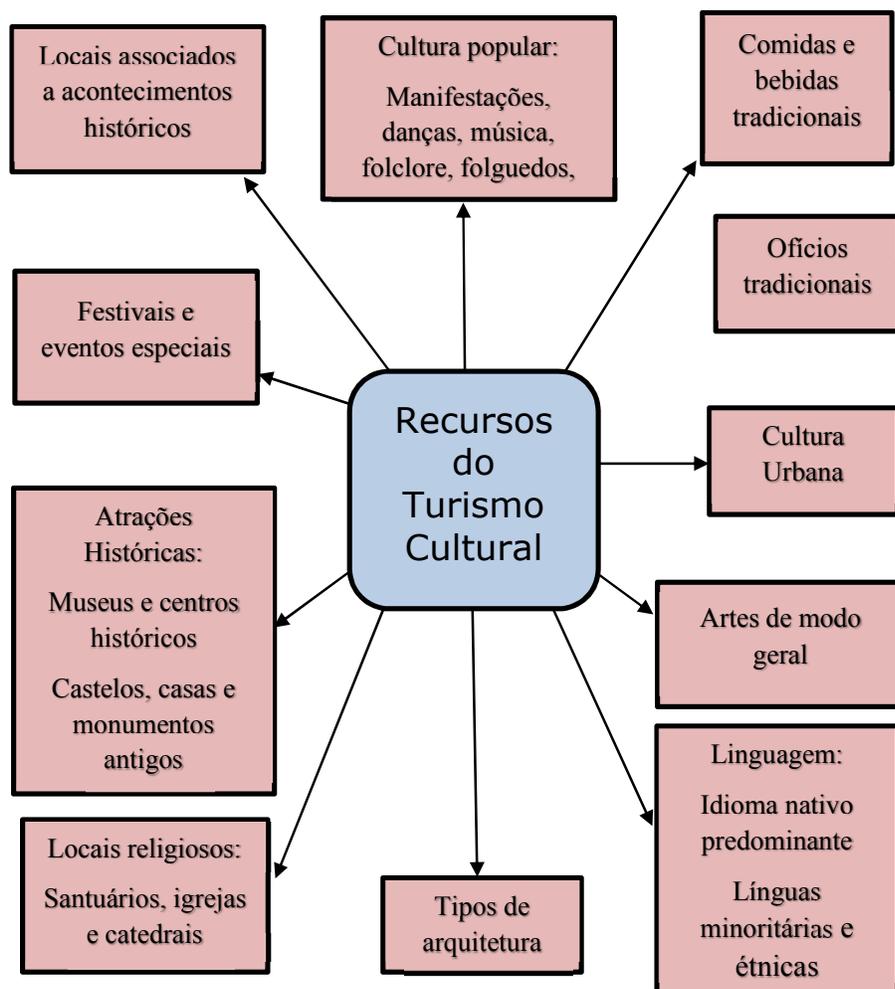


Figura 4 - Recursos do turismo cultural. Fonte: Adaptado de Swarbrooke, 2000.

Como vemos, são múltiplos e diversos os elementos dos quais o turismo faz uso para a configuração de um produto turístico cultural. Contudo, fugindo à ótica da atividade, é importante destacar de que modo esses elementos, não colocados mais como recursos e sim como patrimônio cultural, são vistos, classificados e protegidos. A Constituição Federal de 1988, em seu artigo de número 216⁶, estabelece que

Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:

I - as formas de expressão;

II - os modos de criar, fazer e viver;

III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas;

IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;

V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

A Constituição Federal abrange oficialmente, dentro do conceito de patrimônio cultural, o patrimônio material e imaterial da sociedade brasileira. Mas essa visão, dentro de um contexto mundial, é relativamente nova. Até a metade do século XX, o patrimônio cultural era visto como sendo formado pelo conjunto de bens artísticos materiais, o que Fonseca (2003) chama de *pedra e cal*, que materializavam a identidade nacional e através do qual o cidadão se identificava como tal. Contudo esse modo de perceber o patrimônio se mostrava extremamente limitado, já que ignorava tudo aquilo que tem valor simbólico e significativo para uma população, e que é passível de ser adquirido e transmitido, ou seja, o viés intangível da cultura. Começou a surgir então a ideia de que o patrimônio ultrapassava as barreiras da concretude, e precisava abranger a parte mais dinâmica da cultura. Surgiu então o que se entende hoje por “patrimônio cultural intangível”, “patrimônio cultural imaterial”, “patrimônio oral”, “patrimônio vivo”, ou “cultura tradicional e popular”.

Apesar da natureza intangível da cultura ter ganhado reconhecimento como elemento formador do patrimônio cultural em sua totalidade, a divisão estabelecida entre material e imaterial é vista com ressalvas por muitas correntes teóricas, que se baseiam na

⁶ Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/topicos/10647933/artigo-216-da-constituicao-federal-de-1988>>. Acesso em: 15/nov 2013.

inseparabilidade entre o símbolo e o meio em que ele é propagado ou reproduzido. O Ministério da Cultura e Iphan (BRASIL, 2003) colocam que:

Não há dúvida de que as expressões patrimônio imaterial e bem cultural de natureza imaterial reforçam uma falsa dicotomia entre esses bens culturais vivos e o chamado patrimônio material. Por outro lado, contudo, com essa definição, delimita-se um conjunto de bens culturais que, apesar de estar intrinsecamente vinculado a uma cultura material, não vinha sendo reconhecido oficialmente como patrimônio nacional. (p.15)

Ainda dentro do conceito teórico, autores defendem a inseparabilidade prática entre os tipos da patrimônio. Fonseca (2003), tomando como referências as ideias de Saussure (1960) afirmando que “Quando se fala em patrimônio imaterial ou intangível, não se está referindo propriamente a meras abstrações, em contraposição a bem materiais, mesmo porque, para que haja qualquer tipo de comunicação, é imprescindível um suporte físico.” (FONSECA, 2003, p.65).

Entretanto, na perspectiva da preservação do patrimônio, essa distinção se mostra necessária. Como diz o Ministério da Cultura (BRASIL, 2010b), o instituto do tombamento como ação para a proteção de um determinado patrimônio, só pode ser aplicado a um bem cuja existência tem certa autonomia com relação à ação humana, ou seja, algo que já foi produzido, que já existe por si só, e que precisa de uma certa manutenção de sua integridade física para garantir a sua continuidade. Com isso, só podem ser tombados os patrimônios culturais tangíveis - edificações, sítios, obras - não abrangendo as categorias de patrimônio intangível. Estas últimas, na visão da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) são definidas como “práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e [...] os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural”⁷. Para o patrimônio de tal natureza, o Iphan utiliza, diferente do tombamento, ações de registro e salvaguarda, já que seu caráter

⁷ Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/pt/brasil/cultura/world-heritage/cultural-heritage>>. Acesso em: 16/nov 2013.

É processual e dinâmico (...) sua manifestação à percepção de nossos sentidos é inseparável da ação humana, e sua continuidade depende da existência, e da atuação reiterada, no tempo e no espaço, de sujeitos desejosos e capazes de produzir e/ou reproduzir esses bens. Nesse caso, a preservação tem como foco não a conservação de eventuais suportes físicos do bem – como objetos de culto, instrumentos, indumentárias e adereços, etc. – mas a busca de instrumentos e medidas de salvaguarda que viabilizem as condições de sua produção e reprodução, tais como: a documentação do bem, com vistas a preservar sua memória; a transmissão de conhecimentos e competências; o acesso às matérias primas e demais insumos necessários à sua produção; o apoio e fomento à produção e ao consumo; a sua valorização e difusão junto à sociedade; e, principalmente, esforços no sentido de que os detentores desses bens assumam a posição de protagonistas na preservação de seu patrimônio cultural. (BRASIL, 2010b, p.17-18)

Dentro da perspectiva do patrimônio imaterial, uma determinada categoria de cultura é especialmente vulnerável: a cultura popular. Vista anteriormente como algo de natureza tosca, sobretudo quando colocado em oposição à cultura erudita, a cultura popular é reconhecida atualmente como um elemento de grande importância para a formação identitária de um povo, assim como para a construção coletiva de sua memória e da sua noção de pertencimento. Como bem afirmam Alberti e Giusti (2012), “*cultural heritage not only refers to the so-called high-culture, i.e. the arts, the antiques, the monuments, etc. but also to the popular and industrial cultural heritage.*” (p. 263). A UNESCO, no documento intitulado *Recomendação sobre a salvaguarda da cultura tradicional e popular*⁸, de 15 de novembro de 1989, define cultura popular como:

O conjunto de criações que emanam de uma comunidade cultural fundadas na tradição, expressas por um grupo ou por indivíduos e que reconhecidamente respondem à expectativas da comunidade enquanto expressão de sua identidade cultural e social; as normas e os valores se transmitem oralmente, por imitação ou de outras maneiras. Suas formas compreendem, entre outras, a língua, a literatura, a música, a dança, os jogos, a mitologia, os rituais, os costumes, o artesanato, a arquitetura, entre outras artes. (p.2)

Reconhecemos e destacamos a importância da cultura popular no contexto do nosso trabalho devido ao fato que, dos recursos culturais endógenos encontrados na região do Marco, a sua maioria se encontra dentro da esfera do que vem a ser chamado de popular ou tradicional. Inclusive o Marco Quinhentista, além de sua função histórica como patrimônio material e testemunha da posse da terra brasileira pelos lusitanos, teve sua função original simbolicamente

⁸ Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=261>>. Acesso em 20/nov 2013.

modificada pelas comunidades próximas, tendo sido apropriado pela religiosidade popular, vindo a se tornar objeto sagrado de adoração.

Cabe então aqui resumir como o Iphan, organismo federal de proteção ao patrimônio, entende e classifica patrimônio cultural, como ilustra a figura 5:

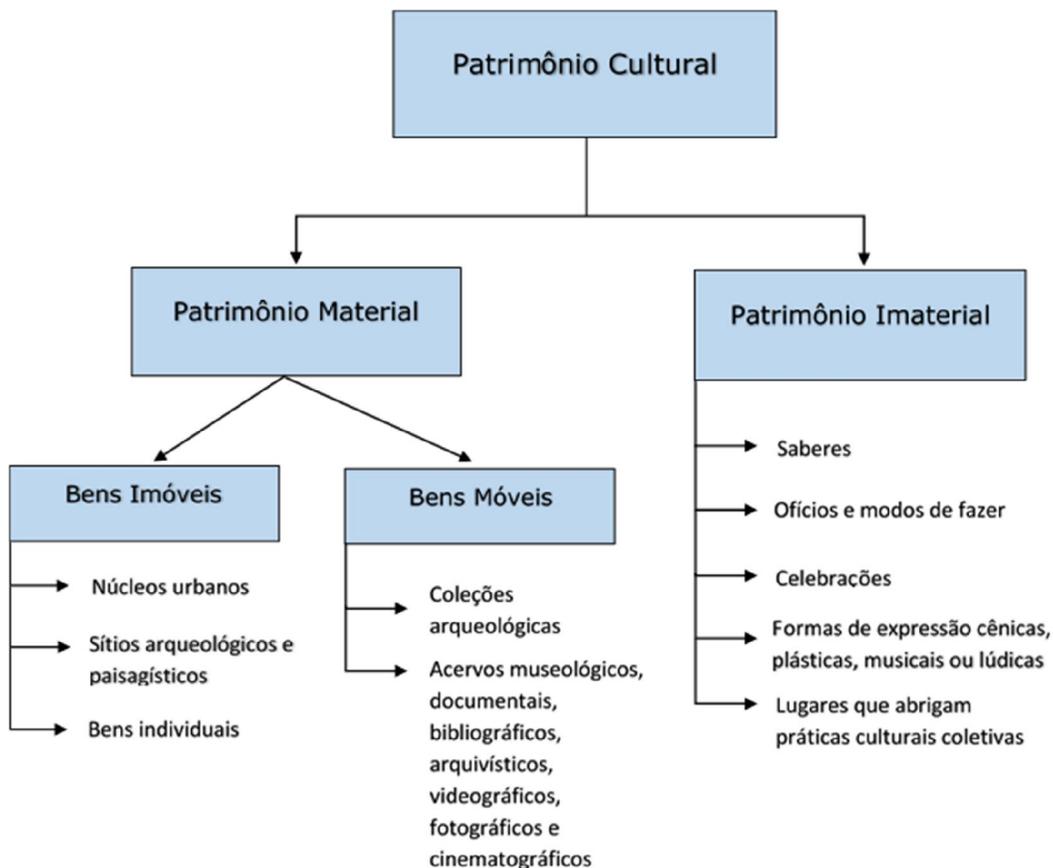


Figura 5 - Patrimônio Cultural segundo sua natureza. Fonte: Adaptado de Iphan⁹

⁹ Disponível em:

<<http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do?id=20&sigla=PatrimonioCultural&retorno=paginaIphan>>. Acesso em: 20/nov 2013.

3 METODOLOGIA

“Minha jangada vai sair pro mar
Vou trabalhar, meu bem querer”

Dorival Caymmi

3.1 TIPO DE PESQUISA

A presente pesquisa, de acordo com os objetivos, tem natureza descritiva. De acordo com Gil (2007, p.44), esse tipo de pesquisa tem “como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relação entre variáveis”. Tal conclusão se justifica pelo objetivo da pesquisa, já que se propõe a indicar de que forma os recursos histórico-culturais podem fundamentar inovação no turismo da região do Marco.

A área de turismo tem afinidade particular com a pesquisa descritiva, como coloca Veal (2011, p.29), “A pesquisa descritiva é muito comum na área de lazer e turismo por três motivos: o caráter incipiente do ramo, a natureza mutante dos fenômenos estudados e a frequente separação entre pesquisa e ação”.

3.2 METODOLOGIA DA PESQUISA

A metodologia utilizada foi primordialmente qualitativa, já que tratamos de elementos representativos da cultura e história locais que, de acordo com os objetivos do trabalho, demandaram essa natureza metodológica. A pesquisa se configura também como estudo de caso, que como coloca Veal (2011, p.160), tem como objetivo “tentar entender o fenômeno estudando um único exemplo. Os casos podem ser de indivíduos, comunidades [...] lugares e projetos”. Gil (2007) caracteriza o estudo de caso como “um estudo empírico que investiga um fenômeno atual dentro do seu contexto de realidade, quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidas e no qual são utilizadas várias fontes de evidência” (p.73).

3.3 UNIDADE DE ANÁLISE

A delimitação do estudo foi definida como a região do Marco, denominação sugerida pelo autor, através da perspectiva dos sistemas regionais de inovação e com base na história e cultura dos dois municípios membros, Pedra Grande e São Miguel do Gostoso. A região foi determinada a partir da proximidade geográfica e das afinidades de recursos, como por exemplo a Praia do Marco, divisa territorial entre os dois municípios. O recorte temporal abrange o período que vai de agosto a dezembro de 2013.

3.4 TÉCNICAS DE PESQUISA

3.4.1 Levantamento de dados

O levantamento dos dados, em um primeiro momento, foi feito através de pesquisa bibliográfica e documental, incluindo acervos físicos e digitais. Para a obtenção de dados primários foram feitas entrevistas semiestruturadas, indagando figuras-chave da localidade acerca da perspectiva histórico-cultural dos dois municípios incluídos na pesquisa.

O próprio autor teve participação ativa no levantamento de dados, já que se utilizou a técnica de observação participante. De acordo com Dencker (1998, p.155), observação participante é “realizada mediante a integração do pesquisador, que assume uma posição no grupo a ser pesquisado”. Sendo assim, é uma maneira de estudar pessoas em grupos organizados, e de acordo com Angrosino (2009), é uma técnica especialmente útil nos estudos culturais.

O autor deste estudo foi professor no distrito de Acauã, Pedra Grande, ministrando o curso de Condutor Cultural Local, assim como em São Miguel do Gostoso, ministrando o curso de Agente de Informações Turísticas. A atuação docente se deu através do PRONATEC, executado pela Escola Agrícola de Jundiá/UFRN, onde ambos os cursos eram referentes à área de turismo. As aulas em Acauã ocorreram desde agosto de 2013, e os encontros em São Miguel do Gostoso, desde setembro de 2013. Esse fato permitiu criar uma relação de confiança com os alunos, assim como garantiu vivência dentro do contexto sociocultural da comunidade e facilidade de pesquisa e acesso aos dados.

3.4.2 Análise dos dados

Como bem coloca Angrosino (2009), “não existe nenhuma fórmula aceita por todos os etnógrafos que possa servir de parâmetro para análise de dados coletados em campo” (p. 92). Com isso a observação participante, técnica utilizada na presente pesquisa, se usa de procedimentos “feitos sob medida”, que podem ser modificados e repensados de acordo com o andamento da pesquisa.

Para a análise dos dados levantados na pesquisa, de natureza qualitativa, utilizamos das técnicas de interpretação e análise de conteúdo. O quadro metodológico abaixo relaciona objetivos com as respectivas técnicas de levantamento e análise de dados.

Quadro 4 - Quadro metodológico

Objetivo Principal: Indicar de que forma os recursos histórico-culturais podem fundamentar inovação no turismo da região turística do Marco	Objetivos específicos	Levantamento de Dados	Análise de Dados
	a) Sistematizar fatos históricos e culturais que influenciam a cultura da região turística do Marco	Fontes bibliográficas e documental; observação participante.	Análise interpretativa e de conteúdo.
	b) Apontar oportunidades de inovação em turismo para a região turística do Marco, fundamentadas em seus recursos histórico-culturais	Análise bibliográficas e documental. Entrevista semiestruturada; Observação participante.	Análise interpretativa e de conteúdo.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

“Navegar é preciso, viver não é preciso”

Fernando Pessoa

O presente trabalho tem como área de estudo dois municípios, Pedra Grande e São Miguel do Gostoso, ambos potiguares, e últimos municípios, ao norte, a integrarem o Polo Turístico Costa das Dunas. São Miguel do Gostoso já é um destino turístico que goza de certo renome, possuindo tanto infraestrutura como equipamentos e serviços turísticos condizentes com um destino emergente em nível regional. Já o município de Pedra Grande é bastante tímido no que se refere ao turismo. Praticamente não há infraestrutura específica do setor, assim como equipamentos e serviços, limitando-se a uma pousada instalada na Praia do Marco, divisão territorial entre os dois municípios.

São Miguel do Gostoso, de nome bem característico, fica situado na mesorregião do Leste Potiguar, e microrregião do Litoral Nordeste. Distanto cento e dois quilômetros da capital Natal, conta, de acordo com previsões do IBGE¹⁰, com uma população estimada de 9.237 habitantes, em uma área territorial de aproximadamente 345 km².

Para entender a origem de nome tão curioso, é preciso recorrer à história da formação e colonização da localidade que veio a se tornar o município de São Miguel do Gostoso¹¹, sendo necessário, para tanto, uma breve análise dos dois topônimos que o formam. O nome em si é constituído a partir de duas vertentes bem distintas, a sagrada e a profana. O povoado original foi fundado em 19 de setembro de 1884, pelo missionário João do Amor Divino, justamente no dia de São Miguel. O santo, alguns anos mais tarde, foi adotado como o padroeiro da incipiente localidade, e teve uma igreja construída em sua homenagem. A partir de então, o povoado passou a ser referido como São Miguel. Já a parte profana da denominação oficial se deve a um antigo morador da região, simpático e prolífico contador de histórias. Recebia sempre em casa viajantes ou outras pessoas que necessitassem de abrigo, e, enquanto se ocupava ao fogão, preparando comida para os hóspedes, soltava sonoras, contagiantes e “gostosas” gargalhadas. Os visitantes, de passagem, começaram a associar o “Seu Gostoso” à

¹⁰ Disponível em: <<http://cod.ibge.gov.br/1E9X>>. Acesso em: 10/out 2013.

¹¹ Disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/historicos_cidades/historico_conteudo.php?codmun=241255>. Acesso em: 12/out 2013.

então vila. Mais tarde, quando do desmembramento de Touros e emancipação do município, foi decidido pelo povo a adesão do topônimo “do gostoso” ao já utilizado “São Miguel”.

De aparente vocação turística, São Miguel do Gostoso vem ganhando cada vez mais destaque no cenário turístico estadual, e até nacional. Com ruas ainda tranquilas, que guardam um certo charme dos tempos em que a atividade econômica principal era a pesca, parece estar na beleza do seu litoral, na receptividade dos seus moradores e no sossego que ainda reina fatores de diferenciação para outros destinos turísticos de praia. Além disso constantes ventos alísios, motivo principal da instalação de diversos parques eólicos na região, também insuflam as velas de esportistas de diversas modalidades. Com isso, São Miguel do Gostoso tem atraído uma demanda muito específica, que busca na cidade as condições perfeitas para a prática de esportes que necessitam da força e regularidade dos ventos. Apesar disso fica latente, quando da análise superficial dos equipamentos e serviços disponíveis, problemas comuns a muitos destinos turísticos incipientes: especulação imobiliária e crescimento exógeno. Os equipamentos e serviços turísticos, como pousadas e restaurantes, são em sua maioria de propriedade de brasileiros de outras regiões ou estrangeiros. Com isso, se percebe de maneira bem clara que o morador nativo participa de forma cada vez mais coadjuvante dos benefícios diretos do turismo e da tomada de decisão acerca das políticas públicas do setor.

Já Pedra Grande, último município membro, ao norte, do Polo Costa das Dunas, é bem menos significativo turisticamente que São Miguel do Gostoso. O nome vem de uma enorme pedra que ficava nas proximidades de onde fora construído originalmente o povoado. Conta com uma população estimada de 3.505 habitantes, em uma área de aproximadamente 222 km².¹² Antes distrito de São Bento do Norte, Pedra Grande se emancipou em 1962, tendo categoria de município há bem mais tempo que São Miguel do Gostoso. A instalação de grandes parques eólicos no município, que já dura quase dois anos, modificou relativamente a dinâmica da área.

¹² Disponível em: < <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=240950>>. Acesso em 20/ out. 2013.

4.1 SISTEMATIZAÇÃO DOS RECURSOS HISTÓRICO-CULTURAIS DE INFLUÊNCIA NA REGIÃO DO MARCO

Para o cumprimento do primeiro objetivo proposto, baseamo-nos nas categorias de atrativos turísticos propostas pela metodologia de inventariação turística do Ministério do Turismo (BRASIL, 2011b), em confluência com o que entende o Iphan por patrimônio cultural. Tal medida se deu pelo fato de que, na maioria dos casos encontrados, não existem atrativos turísticos, na forma como comumente entendemos, mas sim recursos, que precisam ser trabalhados para que possam ganhar espaço dentro da cadeia produtiva local. Além disso, percebemos que o turismo cultural ainda não é explorado de fato, nem em São Miguel do Gostoso nem em Pedra Grande, com exceção de visitas à réplica do Marco Quinhentista, que consideramos como atitudes isoladas dentro de um contexto tão rico como o do turismo cultural. Diante disso, trabalhamos com a hipótese de que, com a prevista vinda do Memorial do Marco e a volta do Marco ao seu local de origem, e com a articulação e percepção das comunidades locais acerca da riqueza e das possibilidades de sua própria cultura, o turismo cultural poderá se desenvolver de fato na região, caracterizando uma inovação de mercado ou nicho.

Sendo assim, como foi dito anteriormente, para o levantamento dos recursos culturais disponíveis na região, utilizamos a técnica de observação participante, atuando como professor durante o período que vai de agosto a dezembro de 2013, na zona rural de Pedra Grande, mais especificamente no distrito de Acauã, lugarejo mais próximo da Praia do Marco, e em São Miguel do Gostoso, sede. Tal levantamento só foi possível com a ajuda ativa dos alunos, já que são moradores do local e conhecem, vivenciam e produzem os fatos culturais dos quais tratamos nesta pesquisa. O olhar do turismólogo, atuando em campo e inserido no contexto local, foi de plena importância para o diagnóstico de tais recursos. Como afirma Meneses (2006),

O exercício teórico e prático do turismólogo que se dedica ao planejamento e desenvolvimento de um turismo cultural tem sua base fundamental na interpretação de manifestações culturais que ele apreende, inventaria, documenta e transforma em atrativo para pessoas que buscam conhecer o outro e transformar esse conhecimento em momento de abstração e de fruição prazerosa. Parte, na maioria das vezes, de interpretações históricas, antropológicas e sociológicas de uma tradição de saberes. (p.41-42)

Foi somente então a partir da formação de turismólogo, juntamente com a inserção no contexto local e o laço de confiança desenvolvido com os alunos, que pudemos atingir os requisitos necessários ao cumprimento desse objetivo.

Seguindo o que afirma o Ministério do Turismo, na publicação referente ao turismo cultural (2010a), “para o desenvolvimento desse segmento, o primeiro passo é identificar e avaliar se no destino ou região existem atrativos culturais significativos, com potencial para despertar o interesse e motivar o deslocamento do turista especialmente para conhecê-los.” (p.53). O faremos a partir de agora, começando com o recurso que consideramos possuir mais relevância para o desenvolvimento de um turismo cultural na região: o Marco Quinhentista.

4.1.1 O Marco Quinhentista: uma história mal contada?

É sabido que não existe uma só história. A oficial, que vai aos livros e às escolas, é senão uma parte do todo. As outras diversas histórias, as dos que foram vencidos, as dos que não tiveram os meios para propagá-las, as dos que não tiveram o poder político para fazê-las valer como força de verdade, essas permanecem obscuras, ignotas, mal contadas.

Mas eis que nas praias ao norte do Rio Grande do Norte, no calcanhar do Brasil, uma outra história se levanta. Tenta sair da escuridão, se livrar do manto de pó com que séculos de ignorância a cobriram. Para isso conta com o ímpeto e empenho de uns poucos pesquisadores, que apaixonados pelo tema e convencidos das evidências, usam seu tempo e esforço pessoal na tentativa de contar uma outra história do descobrimento do Brasil. Peça chave para tudo isso? O Marco Quinhentista.

A “descoberta” do Marco e sua primeira descrição são relativamente recentes, datam de 1890, e foram feitas, segundo Câmara Cascudo (1965), por José de Vasconcelos, historiador pernambucano a serviço do Instituto Histórico Brasileiro. Como referencia o próprio Cascudo,

É uma pedra quadrangular, da qualidade que chamam vulgarmente mármore de Lisboa, onde a importamos em obras de diversas espécies, alvíssima e de fina grã. Tem a figura de um grande paralelepípedo, com dois palmos de largura e um de grossura. Quanto ao tamanho não se sabe; porque está enterrada em parte, tendo fora da terra cêrca de quatro palmos; é de crer que tenha outros tantos soterrados. Não tem inscrição nem data alguma, e apenas em uma das faces gravada, ou melhor dito, cavada, uma cruz da ordem de

Cristo em cima de uma espécie de escudo, no qual estão as quinas portuguesas em cruz. Fôra primitivamente sobre um cômodo de areia, tendo de cada lado duas outras pedras da mesma qualidade, porém mais pequenas e completamente lisas, que ainda lá estão no primitivo lugar de chantização (p.53-54).

A primeira visita do estudioso potiguar ao Marco de seu no ano de 1928. A descrição feita pelo próprio Cascudo é similar à de José de Vasconcelos. Diz ele que

Mede um metro e vinte e quatro centímetros de altura, vinte centímetros de espessura e trinta centímetros de largura. O contôrno é de um metro e cinco centímetros. É feito duma pedra branca, granulação fina, calcária, o mármore de Lisboa, a pedra-lioz, ritualmente empregada nos padrões de posse. Não tem inscrição nem data. [...] No primeiro têtço está a Cruz de Cristo, com relêvo, em ótimo estado de conservação. Abaixo, as armas do Rei de Portugal: cinco escudetes em cruz, com cinco besantes, postos em santor, sem a bordadura dos castelos. (p.54-55)

Cascudo, na oportunidade, havia encontrado apenas o Marco, e não mais suas tenentes, pedras menores que acompanhavam o Marco, que segundo ele foram destruídas na suposição de haver ouro holandês escondido dentro delas. Já no primeiro encontro, Cascudo encontra provas da importância do Marco para a formação da religiosidade do povo das cercanias: encontrara o Marco envolto em fitas votivas, flores, rosários e terços. Mas a função original daquele monumento em praias potiguares era muito diferente, como continua Cascudo:

O marco da praia norte-rio-grandense só poderia ter sido chantado pela expedição exploradora de 1501. Essa frota trazia padrões de posse para coloca-los na terra recém-encontrada. Estava justamente com o objetivo de assinalar com os marcos o território sul-americano, doado em Tordesilhas, antes de ser descoberto, mas parcialmente visitado nas jornadas misteriosas na última década do século XV (p. 65)

Desde as primeiras investidas de Câmara Cascudo no estudo do monumento até os dias atuais, muita coisa se passou. Envolto em histórias difusas, o Marco foi retirado do seu local original em 1974, por Oswaldo de Souza, a serviço do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (PINTO, 1998). Atualmente se encontra no Forte dos Reis Magos, em Natal, como mostra a figura 6:



Figura 6 - Marco Quinhentista no Forte dos Reis Magos.

Fonte: <<http://goo.gl/IgUhHK>>. Acesso em: out/2013

Como colocamos anteriormente, o Marco voltará a sua locação original. Com a construção do Memorial do Marco, o monumento terá casa novamente na “praia ampla, descampada, sem pedras visíveis e com uma visão infinita para a monotonia oceânica” (CASCUDO, 1965, p. 56). Acreditamos então que, além de alavancar o turismo na região através da visitação, experimentação e interpretação de um monumento que faz menção a um importante passado histórico, o retorno do monumento fará com que essa história paralela, quase marginal, entre em evidência, gerando assim mais pesquisa e talvez, um dia, possa vir a confrontar, em pé de igualdade, a história oficial.

Atualmente, no lugar original de chantadura do Marco, está exposta a réplica trazida por Oswaldo de Souza no ano de 1974, ilustrado pela figura 7.



Figura 7 - Réplica do Marco Quinhentista, Praia do Marco.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

4.1.1.1 As evidências de uma outra história do descobrimento

Luís da Câmara Cascudo, ilustre folclorista e professor potiguar, já desconfiava, em 1965, da forma como o Brasil fora descoberto. Questionava se as correntes e os ventos, tão necessários e imperativos à navegação da época, não levariam a esquadra cabralina ao saliente potiguar, nas proximidades do cabo de São Roque, ao invés de Porto Seguro, como conta a história, tão distante ao sul. Embasado em algumas de suas ideias, mas indo muito mais além, Lenine Pinto, em sua obra *A reinvenção do descobrimento* (1998), apresenta uma série de evidências articuladas e justificadas, que acabam por colocar em xeque o que vem sendo contado e reproduzido há muito tempo pela história oficial.

A primeira evidência que podemos colocar é a **presença de aguadas**. Aguadas são locais onde há abundância de água doce, de fácil acesso, para reabastecimento e satisfação de todas as necessidades de uma frota que navega grandes distâncias. A água era primordial, e a inclusão de sua referência em cartas de navegação era de grande valia para expedições futuras. Acontece que, em mapas que vão de 1519 a 1571, a única aguada que consta está no litoral do Rio Grande do Norte, próximo ao cabo de São Roque, como ilustra a carta abaixo, a primeira indicação da aguada no litoral potiguar:

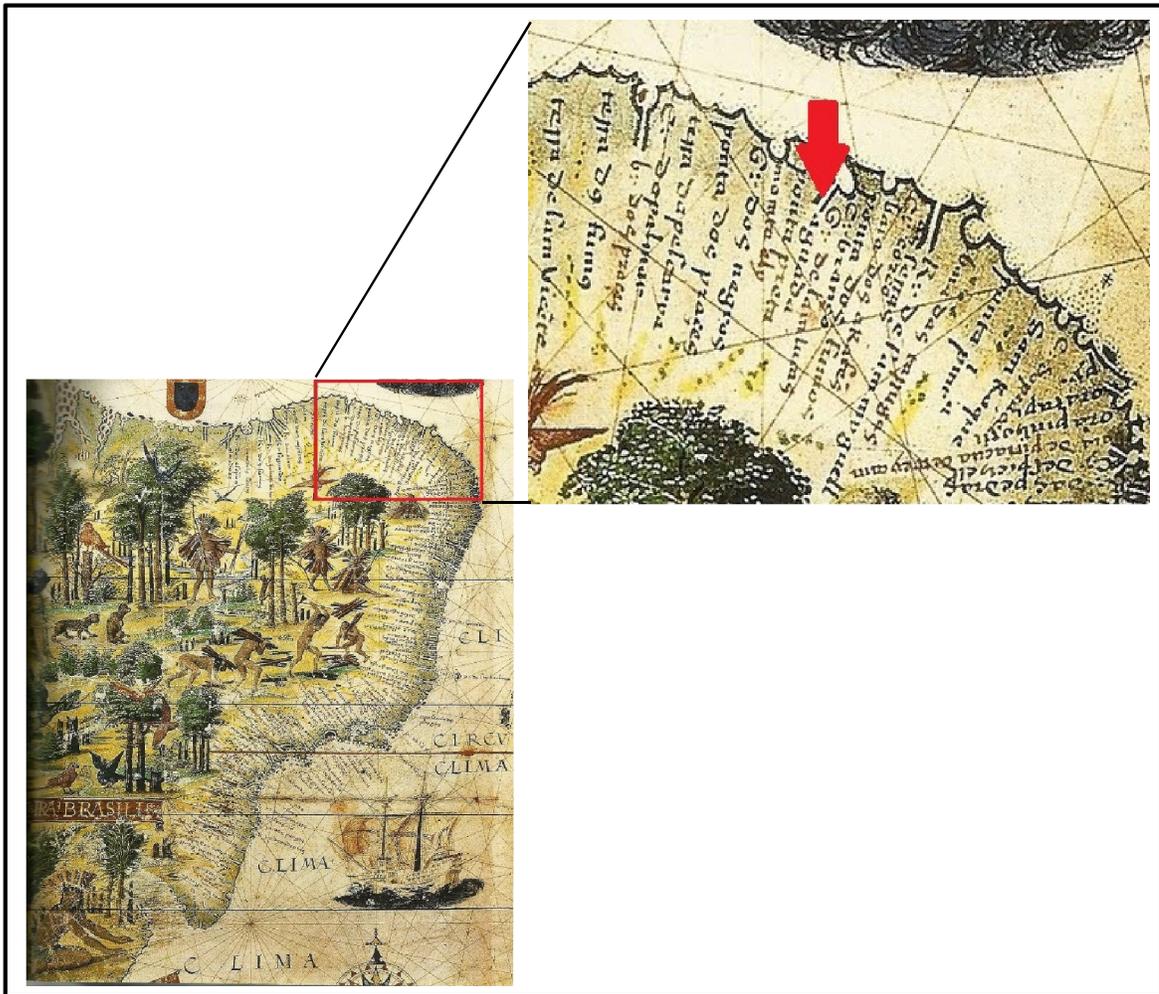


Figura 8 - Terra Brasilis, de Lopo Homem - Reinéis. Fonte: Adaptado de Lopo Homem-Reinéis. Terra Brasilis. 1519. Disponível em: <<http://goo.gl/5yFSfU>>. Acesso em: 27/nov 2013.

Outros documentos de relevância também assinalam a presença da aguada no setentrião potiguar, como atesta a figura 9:



Figura 9 - Indicação de aguada no mapa *Orbis Terrae Compendiosa Descriptio*. Fonte: Adaptado de Rumold Mercator. *Orbis Terrae Compendiosa Descriptio*. 1569 Disponível em: <<http://goo.gl/X6fV8c>>. Acesso em: 27/nov 2013.

Além disso, como continua Pinto (1998), o termo *aguada* era significado de *porto seguro*: “porquanto o designativo ‘porto seguro’ tem o mesmo significado de ‘aguada’” (p.119). Diz o autor que ambos os termos tinham equivalência de significado, o que faria, em tese, do Rio Grande do Norte uma *aguada segura* ou *porto seguro*. Continua, afirmando que “o porto seguro baiano nunca foi uma aguada permanente” (p.119), pois lhe faltam os registros nos mapas, sendo que os portugueses não retornaram a tal enseada senão muitos anos depois.

Um outro mapa, *Americae Sive Novi Orbi Nova Descriptio*, de 1571, traz novamente a referência à aguada potiguar:



Figura 10 - Indicação de aguada no mapa *Americae Sive Novi Orbi Nova Descriptio*. Fonte: Adaptado de Abraham Ortelius. *Americae Sive Novi Orbi Nova Descriptio*, 1571. Disponível em: < <http://goo.gl/n67ZtJ>>. Acesso em: 27/nov 2013.

A segunda evidência que Lenine Pinto traz é a do **monte pascoal**. Descrito na carta de Pero Vaz de Caminha, o monte pascoal é um acidente geográfico que serviu para descrever e depois identificar a nova terra descoberta, já que não havia outros tipos de registros. Acontece que a descrição da carta, conforme o trecho seguinte, “Neste dia, a horas de véspera, houvemos vista de terra! Primeiramente dum grande monte, mui alto e redondo; e doutras serras mais baixas ao sul dele; e de terra chã, com grandes arvoredos: ao monte alto o capitão pôs nome –

o Monte Pascoal e à terra – a Terra da Vera Cruz”¹³, coincide perfeitamente com o Pico do Cabugi, localizado no município de Angicos. Abaixo ilustramos os dois acidentes geográficos, em sua semelhança:

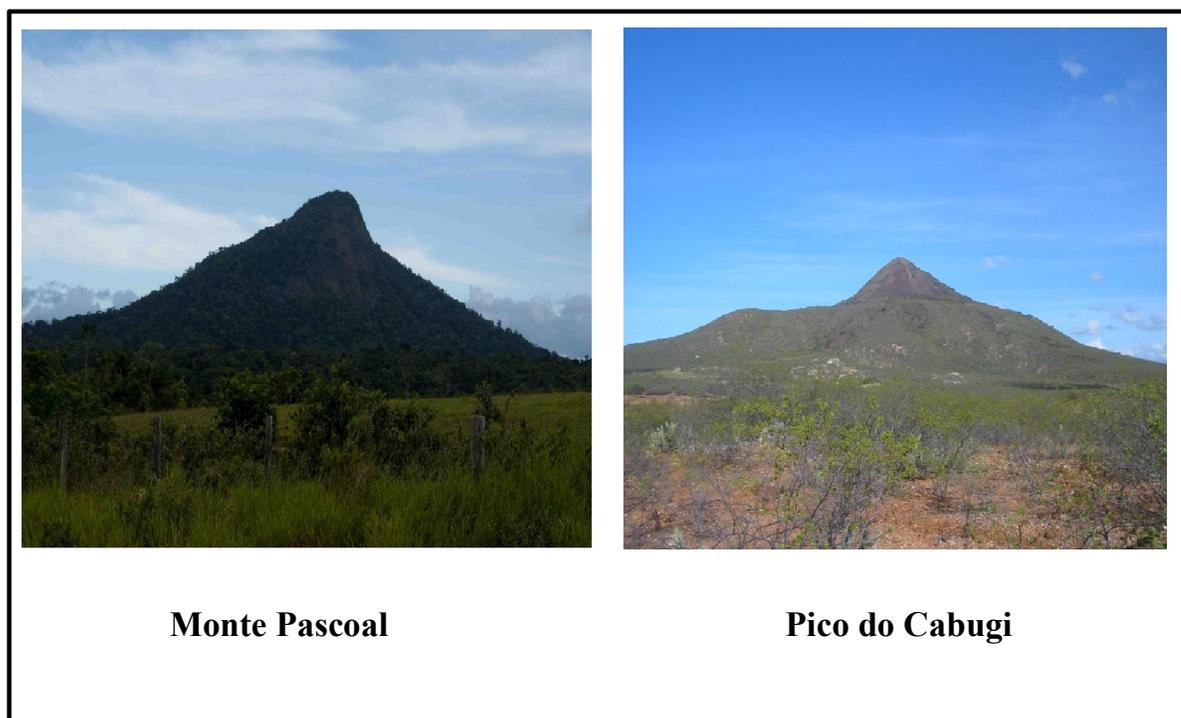


Figura 11 - Monte Pascoal, Bahia, e Pico do Cabugi, Rio Grande do Norte. Fonte: Disponível em: <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/d/d0/Monte_Pascoal.jpg> <<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/63/Pico-do-Cabugi.jpg>>. Acesso em: 27/nov 2013.

Em sua pesquisa, no intuito de verificar a visibilidade do pico Cabugi a partir de um ponto no mar, Pinto recorreu a quem aprendeu a conviver com o mar, e dele tirar o seu sustento: os pescadores. Afirma que, ao falar da Praia do Marco, “onde colhi testemunho de pescadores sobre a silhueta do Cabugi, descortinada do mar e a olho nu, satisfazendo a certeza de que se ergue no pedestal norte-rio-grandense o pico mui alto e redondo, batizado de Monte Pascoal” (p.15). Continua, agora citando uma teima, registrada por um amigo pessoal, sobre a suposta localização do Monte Pascoal potiguar. Diz ele que:

Enquanto acreditava que o Monte Pascoal pudesse estar num desses morros à beira-mar, o Dendê de Genipabu, o Juruá (Farol de Mãe Luiza), ou o íngreme

¹³Disponível em:

<<http://www.biblio.com.br/defaultz.asp?link=http://www.biblio.com.br/conteudo/perovazcaminha/carta.htm>>. Acesso em: 27/nov 2013.

Careca etc., Oswaldo insistia em que fosse saber dos jangadeiros se ao retornarem do horizonte não enxergavam o pico do Cabugi. Deu certo: é ele mesmo. (PINTO, 1998, p.15)

Uma terceira evidência constatada por Lenine Pinto seria a diferença entre os **padrões de posse** depositados na Praia do Marco/RN, Cananéia/SP e Porto Seguro/BA. Afirma então que:

Os marcos portugueses eram chamados de *padrões* devido à uniformidade, sendo os cabralinos modelados em pedra lioz, semelhantes em tamanho e formato. Possuem relevos, esculpidos na **mesma face**, da cruz da Ordem de Cristo e das armas do Rei de Portugal, cinco escudetes em cruz com cinco besantes em santor [conhecidos como as *quinas*] sem a bordadura dos castelos (p.123, grifo nosso)

Sendo assim, Lenine afirma que o Marco Quinhentista, assim como o Marco chantado na cidade de Cananéia, em São Paulo, pertencem ao padrão utilizado por Cabral em suas navegações. Diz também que o Marco presente em Porto Seguro, de padrão diferente, não foi colocado ali por Cabral, mas por ocasião comemorativa. Como o autor mesmo diz,

Aquele que a atual cidade de Porto Seguro ostenta sob a proteção de uma redoma de vidro é apenas comemorativo do descobrimento, provavelmente posto ao iniciar-se a colonização, o que remete a uma data de 1535 para cima, ano de chegada do fundador daquela localidade, Pero de Campo Tourinho. Com um detalhe: o marco de Porto Seguro é diferente daqueles chantados por Cabral. A Cruz está gravada numa face, as *quinas* na outra, e os desenhos são artisticamente elaborados. Coisa feita de encomenda. (p.119)

Então o marco que atualmente está exposto em Porto Seguro, Bahia, de acordo com os argumentos de Lenine Pinto, não foi chantada lá por Cabral e nem por representar o descobrimento do Brasil, mas sim em uma outra ocasião qualquer. Lenine afirma que Cabral trouxe para “o descobrimento da Índia” (p.123) dois marcos, o que seria uma providência indispensável para um ato oficial de descoberta - levando-se em consideração a intencionalidade da descoberta do Brasil. “O primeiro, assinalador do ponto de arribagem; o segundo, demarcatório da extensão percorrida até o ponto no qual o bordejo foi interrompido, e a frota se fez novamente ao mar *de longo*” (p.123).

De ensejo na questão dos padrões de posse, passamos à quarta evidência, que diz respeito às **2000 milhas náuticas** que a esquadra de Cabral percorreu bordeando a costa brasileira, de acordo com o informe de Domenico Pisani. Ele relata que “Pedr’alvares Cabral

levantou âncora e foi beirando a costa, espaço de duas mil milhas, isto é, quinhentas léguas, além de Porto Seguro, sem chegar a ver-lhe fim”. (PINTO, 1998, P.73). O autor faz uma discussão acerca das distâncias relatadas, da precisão dos instrumentos e de disparidades entre medidas de referência, assim como faz o cálculo das prováveis distâncias resultantes, apenas para chegar a uma conclusão:

Tratando-se de medidas similares, este fato torna-se uma das mais preciosas evidências de que o *porto seguro* estava nos arredores do Calcanhar, pois se o bordejo litorâneo fosse contado a partir do sul da Bahia, Cabral teria dado com os costados em Comodoro Rivadavia, por 44°55' Sul, no golfo de San Jorge, em plena Patagônia, e não em Cananéia. (p.74)

Logo depois o autor reforça o argumento, dizendo que “a distância entre os padrões correspondia exatamente ao percurso litorâneo efetuado pela esquadra cabralina após o despegue do *porto seguro*, que, como vimos, o ‘informador’ Domenico Pisani estabeleceu em 2.000 milhas ou 500 léguas, idênticas à distância Calcanhar-Cananéia” (p.159).

A quinta e última grande evidência que podemos colocar são as **correntes e ventos**, tão necessários às navegações da época. Pinto afirma que a corrente predominante no Atlântico Sul, a sul-equatorial ou equatorial sul-atlântica, empurraria inevitavelmente, junto com os ventos de sul e a tendência de deriva para o norte, os navios da época para o saliente norte rio-grandense. Como afirma em seu prólogo,

Se é verdade que a correnteza vinda da África fez passar por aqui as expedições de Alonso de Ojeda, Peralonso Niño, Vicente Yáñez Pinzón, Diego de Lepe e, certamente antes destes, a Bartolomeu Dias num de seus arroteios experimentais pela “volta do mar”, Vasco da Gama a caminho da Índia, Cristóvão Colombo vindo a descobrir a Venezuela e Duarte Pacheco Pereira em busca da parte ocidental que faltava ao Mundo; se os ventos trouxeram para a praia de Touros o aeroplano de Arturo Ferrarin e Carlo Del Prete, para o Potengi os de Ítalo Balbo e Jean Mermoz, a Parnamirim o casal Anne-Charles Lindbergh; se a proximidade com a outra banda do Atlântico resgatou o Cabo São Roque, na 2ª Guerra Mundial, como *the most vital strategic point in the South American area* para o bloqueio do Atlântico às linhas de navegação do Eixo, e transformou Natal no *Trampolim da Vitória* para a aviação Aliada, por que os favores do mar, dos alísios e do estreito não teriam, igualmente, sido aproveitados às velas de Pedro Álvares Cabral? (p.13)

Ainda, Lenine Pinto cita a experiência do navegador brasileiro Amyr Klink, ao realizar a travessia do atlântico sul, da África ao Brasil, em um barco a remo, aventura relatada

no livro *Cem dias entre o céu e o mar*. Na ocasião, Klink pretendia atravessar o Atlântico utilizando as correntes, e chegar a Salvador. Acontece que as correntes e os ventos, em sua ação natural, empurraram o navegador para o norte, em direção ao topo do Saliente. Feitos os cálculos e os aprumos necessários, e com muito uso dos braços, “fundeu, afinal, na Baía de Todos os Santos, porque este era o seu intento, não a vontade do mar” (Pinto, 1998, p.130).

Por fim, através de evidências bem articuladas e documentadas, pesquisadores como Lenine Pinto e entusiastas como Tânia Teixeira contradizem a história oficial, afirmando que o Brasil foi, de fato, descoberto em terras potiguares. Cabe ao tempo estabelecer, não sem a ajuda de força política, a verdadeira natureza dos fatos.

4.1.1.2 O Santo Cruzeiro do Marco, cultura popular e religiosidade: estórias que o povo conta

Se é verdade que o Marco é um patrimônio histórico inestimável, ele o é, também, para as comunidades que com o monumento conviveram, desde muito tempo. Símbolo da religiosidade popular, que o elevou ao patamar de artefato sagrado, o Marco serviu de referência divina para muitos moradores e peregrinos, que vinham de fora em busca de cura.

Desde os primeiros registros oficiais da pedra, o Marco já era adorado pela população, que retirava pequenas lascas de pedra ou realizavam raspagem, fazendo um chá que, segundo eles, curava a tudo. Ao entender da população aquilo era permitido, pois passava pelo âmbito da adoração e do próprio consumo da relíquia. Mas para os historiadores, estudiosos e poder público, aquilo era visto sumariamente como a depredação de um monumento histórico. A partir desses argumentos, o Marco foi retirado da praia e lavado à capital, e a população local, que adorava com tanto ardor que chegava a consumir a pedra, caiu em vilania. Muitos são os que criticam arduamente, e até de maneira etnocêntrica, a relação das comunidades do entorno com o Marco. Pinto (1998), diz que

Resolveram as gentes de Cauã, lugarejo próximo, protegê-la então numa ermida (que já está na terceira ou quarta versão), e este simulacro de templo exacerbou o fanatismo religioso. Faziam-se promessas ao marco e pagavam-nas com *ex-votos*, de que restam alguns, em cera ou madeira, afora retratos. Chegaram ao cúmulo de raspar a pedra ateia para fazer chás ‘milagrosos’”. (p.126)

Vemos então que Pinto, apesar da extensa e fantástica pesquisa que realizou sobre o outro descobrimento do Brasil, via a religiosidade local como ilógica, exacerbada, fanática, não reconhecendo de fato a importância da adoração na proteção, através do tempo, do monumento. Pois ele mesmo, e no mesmo parágrafo da citação anterior, afirma que “Sabe-se, por insuspeita tradição oral, que a pedra histórica mudou algumas vezes de lugar a cada vez que era soterrada pelas areias implacáveis, ou as ondas viessem afogá-la” (Pinto, 1998, p.126). Quem será que mudou a pedra de lugar, protegendo-a da maré, das areias, do esquecimento e da destruição? Não foram senão aqueles que, por terem no Marco algo digno do divino, acabaram, através da pia ingenuidade, incutindo-lhe cicatrizes de fé? O saber científico, organizado e sistematizado só tomou conhecimento da pedra como monumento, conferindo-lhe valor histórico, em 1928. Desde 1501, data em que foi chantado, até então, quem havia protegido o padrão, mesmo que a custa de algumas lascas?

Muitos outros criticaram duramente a fé popular, como na reportagem da Folha de São Paulo (anexo A), por ocasião da celebração dos 500 anos do Brasil. Em tom levemente irônico, o jornalista fala das propriedades “curativas” do chá feito com lascas do padrão. Contudo, em pesquisas mais recentes, têm-se de fato verificado a importância da religiosidade na sobrevivência do monumento. Como explica Silva (2000), o culto à pedra surgiu a partir da ingenuidade e falta de informação da população, que, interpretando de maneira errada o símbolo da cruz da Ordem de Cristo, identificou no monumento um presente divino.

O culto ao Marco, como objeto sagrado, não foi transmitido, das gerações que puderam conviver com a pedra, aos mais novos, já que foi levado à Natal no ano de 1976. Sobre tal fato Câmara Cascudo, grande estudioso e apreciador da cultura popular, admite que:

Em junho de 1955 o Governador do Rio Grande do Norte, Sílvio Piza Pedroza, pensou em mandar trazer o Marco para o Instituto Histórico em Natal. Fui contra a ideia porque entendo mais lógico e próprio deixar um objeto histórico no ambiente que o legitima, valorizando-o a mesma ecologia, que fazê-lo sofrer a condenação do exílio num Museu. Lá o Marco era organismo inteiro e vivo. Em Natal seria peça mutilada e padecendo a curiosidade dos visitantes distraídos. (1965, p. 72)

Tivemos a mesma exata sensação quando visitamos, com a turma de Conductor Cultural Local de Acauã, o Marco na Fortaleza dos Reis Magos. O monumento, fora de seu contexto, perdia significado, era somente mais uma pedra em uma fortaleza à base de rocha. Fato notado pelos alunos, o Marco fica de canto, sem destaque e sem aparatos que garantam a

plena interpretação do valor do monumento. Em adicional o guia que nos recepcionou, depois de uma brevíssima e falha explicação, contou lendas acerca do Marco. Contou que “lá” de onde veio o objeto, o povo, para casar, dava cabeçadas na pedra, contornando-a em sentido horário. Para descasar, faziam o inverso. Os alunos desconheciam o mito, e puderam falseá-lo de vez, confrontando a estória com o testemunho dos mais velhos da comunidade, em um trabalho de resgate à memória local realizado por nós. “- Essa estória eu não conheço não”, disse Irineus Diniz da Silva, de 73 anos, morador da região desde que nasceu.

Atualmente os mais novos, que não conviveram com o Marco, reconhecem o valor histórico do objeto, mas não o percebem como algo sagrado. Situação inversa acontecia com os antigos moradores, que só viam o Marco como objeto divino, não reconhecendo, por pura falta de informação, seu valor histórico. Houve então uma inversão de valores e percepção da população quanto ao Marco, fruto provável da retirada deste do local e contexto de culto, assim como do esclarecimento de sua função original.

A gama de estórias e relatos contados acerca do Marco é muito vasta e rica. Os temas mais comuns são a aparição milagrosa da pedra; o desaparecimento das pedras tenentes; as muitas curas e graças alcançadas através de promessas; o ouro estrangeiro escondido dentro do Marco; as curas pelo chá; as idas e vindas do monumento, no intuito de esquivar-se dos que queriam levá-lo à Natal; as romarias, festas e feiras; os anjos enterrados no cemitério em volta, e muitos outros temas, que agregam o valor da cultura popular ao objeto histórico, tornando-o duplamente rico.

4.1.2 Conjunto Arquitetônico

O conjunto arquitetônico rural dos dois municípios chama a atenção sobretudo quando pensamos nas habitações construídas a partir da taipa, técnica em que paredes de madeira trançada são preenchidas com barro ou argila. Acontece que a região possui uma especificidade climática muito interessante: baixíssimos índices pluviométricos, ainda mais quando se pensa em áreas litorâneas. Com isso, não há mata atlântica na região, a vegetação que recobre o litoral é uma faixa de restinga, vegetando em sua maioria as dunas sempre presentes, seguida imediatamente pela caatinga. Sendo assim, a dois quilômetros de distância do mar, é possível estar inserido na secura da caatinga, composta inclusive pelos cactáceos. É uma característica diferenciada e passível de ser explorada pelo turismo.

Com isso, dizem os moradores, a maioria das habitações de 15 ou 20 nos atrás era construída de taipa, a partir da técnica de taipa de mão. Com o advento dos programas governamentais de moradia, as casas de taipa estão sendo paulatinamente substituídas por moradias de alvenaria. Contudo muitos moradores ainda residem em casas de taipa, conservando velhos costumes. A técnica de arquitetura tradicional serviu de mote até para a construção do único museu da região, localizado dentro de uma pousada, do qual falaremos mais tarde. A figura 12, abaixo, identifica uma moradia de taipa.



Figura 12 - Casa de taipa abandonada no distrito de Acauã, Pedra Grande. Fonte: Francisco Diniz, 2013.

Já na sede de São Miguel do Gostoso podemos encontrar uma área mais urbanizada, que conta com diversos serviços básicos, assim como equipamentos e serviços turísticos já em certa medida desenvolvidos. A principal via de circulação da cidade, a Avenida dos Arrecifes, é seguida, em toda a sua extensão, por habitações pequenas, muito semelhantes, com um pequeno terraço na frente. Contudo, o que garante a todas essas casas uma característica distinta é a pintura externa: cada uma é pintada de uma cor diferente. Essa fato logo nos chamou a atenção, e não pudemos deixar de comparar com as políticas de revitalização dos centros históricos de várias cidades nordestinas, nas quais cada fachada ganhava uma matiz diferente, de preferência de tom vibrante, algo incondizente com a função e característica original do prédio. Indagamos um morador acerca do porquê das cores, se era algo proposital, com o intuito de produzir um lugar mais atrativo aos turistas, ao que ele respondeu com simplicidade, afirmando que não, aquilo havia acontecido de forma espontânea. Acontece que ninguém queria ter a casa da mesma cor da do vizinho. Vemos então que essa característica, surgida de maneira não planejada, traz um ar de *charme* à avenida dos Arrecifes, como mostra a figura 13:



Figura 13 - Fachadas coloridas das casas da avenida dos Arrecifes, São Miguel do Gostoso. Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

4.1.3 Lugares de referência à memória - acontecimento histórico

A praia do Marco, nomeada através do monumento chantado originalmente em suas areias em 1501, por Gaspar de Lemos, é considerado o local onde o reino de Portugal tomou, de modo oficial, posse das terras a oeste do atlântico. Cascudo (1965, p. 64), diante da polêmica entre ser a Praia do Marco ou o Cabo de São Roque o local primeiro de posse, afirma que “O primeiro ponto da terra brasileira onde a esquadra de Gaspar Lemos aportou, operou desembarque a chantou o padrão de posse inicial em todo o território de Vera Cruz, não seria no Cabo de São Roque, a 16, e sim na baía do Marco, a 7 de agosto de 1501”.

Apesar da importância histórica do lugar e do acontecimento que o marcou, a inexistente publicização desse fato, ao longo dos anos, fez com que não houvesse um devido reconhecimento. Contudo, o poder político parece ter acordado para essa realidade, não sem ter tido, para isso, o impulso e apoio da iniciativa privada e de particulares. Vemos que começa um estrada longa de reparo à injustiça e descaso histórico que acometeu a praia do Marco, e mesmo o Rio Grande do Norte. E para isso, é condição *sine qua non* a volta do Marco ao seu local original de chantadura. A paisagem geral da praia, vista a partir de uma das dunas que a cerca, é exemplificada na figura 14.



Figura 14 - Perspectiva da praia do Marco. Fonte: Túlio Oliveira.

4.1.4 Feiras e mercados de caráter cultural

Ao pensarmos nos recursos culturais endógenos de uma região, que possam ser de alguma forma inseridos na cadeia produtiva do turismo, não é possível ignorar uma categoria muito importante para a dinâmica econômica e cultural de uma localidade: as feiras.

Apesar de, em grandes cidades, o comércio ter se expandido nos chamados circuitos superiores (Azevedo e Queiroz, 2013), compostos principalmente por *shoppings*, supermercados e serviços de alta complexidade, a feira, como espaço de comércio e prática social, mantém seu espaço, sobretudo em pequenas localidades. Com isso, a feira possui “atribuições sociais, culturais, econômicas e políticas” (Mott, 1975, p.10 apud Azevedo e Queiroz, 2013). Entendemos a feira livre de rua como um espaço construído a muitas mãos, herdeiro de tradições antigas e produto da realidade local. Nela, produtos de diversos tipos são vendidos, fornecidos pelos produtores locais, onde a cultura local é materializada em forma de mercadoria, em um ambiente de acesso irrestrito. Assim, optamos por incluir as feiras como recursos endógenos, na medida em que são lugares eminentemente culturais, que oferecem ao visitante uma autenticidade orgânica, assim como pela caráter de atrativo turístico que a categoria de feiras e mercados possui, tanto no Brasil como ao redor do mundo.

São Miguel do Gostoso possui feira livre, realizada todas as segundas-feiras na sede do município. Nela pode ser encontrada uma grande variedade de mercadorias, como alimentos, pratos típicos, artigos locais, artesanato, decoração, entre outros. Segundo informações dos moradores, a feira é bastante frequentada por turistas, curiosos acerca dos produtos locais. A figura 15, abaixo, traz uma cena cotidiana da referida feira.



Figura 15 - Feira livre de São Miguel do Gostoso. Fonte: <<http://goo.gl/2MtQfQ>>. Acesso em: 01/ dez 2013.

4.1.5 Arquitetura religiosa

A arquitetura religiosa presente na região não possui características imponentes e nem pertence a um passado histórico remoto. Contudo, são construções de uso social muito específico, em torno dos quais se organizam símbolos essenciais para a formação da identidade local.

A igreja de São Miguel Arcanjo, em São Miguel do Gostoso, ganhou o nome a partir do santo de batismo da localidade, assim como a própria cidade, anos mais tarde. Existe então uma associação muito forte e aparente entre o topônimo que deu origem ao nome do município e a igreja matriz. Recentemente, o templo teve o seu interior renovado, recebendo afrescos com temas religiosos que envolvem elementos locais, como por exemplo, o cajueiro. Na figura 16, vê-se a fachada frontal da igreja.



Figura 16 - Igreja de São Miguel Arcanjo, em SMG. Fonte: <<http://goo.gl/PMXR8d>>. Acesso em: 01/dez 2013

Já a pequena capela encontrada na Praia do Marco, divisão entre os dois municípios, segue uma tradição, cujo limiar é difícil precisar, de pequenas construções cujo principal objetivo era abrigar e proteger o Santo Cruzeiro do Marco (mudamos aqui a denominação do monumento, pois é assim a que é referido quando adentramos o âmbito da religiosidade popular). Câmara Cascudo, em uma das suas visitas ao local, fala sobre a capela:

Tinham transportado o Marco para um cômodo a cavaleiro da praia. E estavam construindo uma capela para abrigá-lo. Obra custeada pelas esmolas dos visitantes e moradores. As paredes alcançavam altura de receber o telhado. Numa sapata, com visível intenção de altar, via-se o Marco, literalmente coberto de fitas, rosários e flores, atapetado das manchas da cera das velas oblacionais. Pela primeira vez notei os numerosos “ex-votos” em madeira e barro, atestando a intenção suficiente e miraculosa. (1965, p.73-74)

A figura 17, do ano de 1962, ilustra o modo como Cascudo encontrou o interior da pequena capela.

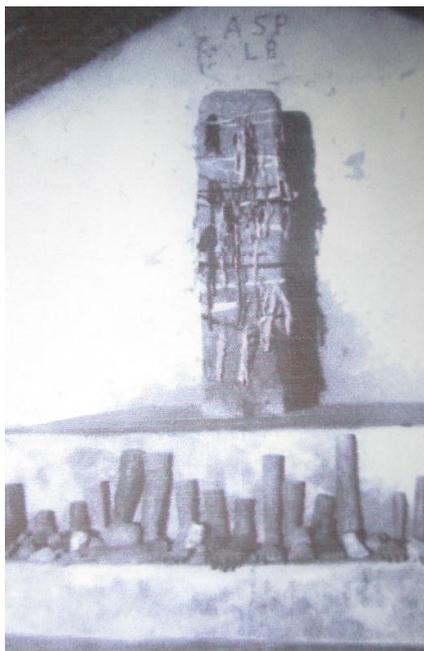


Figura 17 - Interior da capela, quando da presença do Santo Cruzeiro do Marco. Fonte: Cascudo, 1965.

As duas primeiras capelas foram destruídas pelo avanço da maré, sendo a terceira e atual construída consideravelmente distante da linha do mar. Com a levada do Marco, em 1976, foi trazida por Oswaldo de Souza, em contrapartida, a imagem da santa que o povo considerasse mais importante. Desde então abriga, entre outros itens de fé, a imagem de Nossa

Senhora dos Navegantes, protetora dos homens do mar. A figura 18 mostra o estado atual da capela.



Figura 18 - Capela em sua terceira versão, e construção da nova base para a réplica. Fonte: Ana Eliza Teixeira

4.1.6 Museu

Como afirma Mckercher (2002), museus são o tipo de atrativo cultural mais visitado, sendo parte de uma grande rede de disseminação de conhecimento e experiência. Nas nossas pesquisas, um único museu foi identificado nos dois municípios, pertence a uma das mais antigas pousadas da região, e utiliza como temática a arquitetura tradicional da região: a casa de taipa.

Os sócios do empreendimento enxergaram, na técnica típica de construção, nas características climáticas da região e no saudosismo de tempos de infância o mote perfeito para a instalação do museu. No seu interior, o acervo retrata uma típica casa de taipa, com mobiliário, pote, pilão, rede, imagens religiosas e outros itens que, vale ressaltar, foram todos doados pelos moradores locais. A visitação ao museu é gratuita, necessitando do acompanhamento de algum funcionário da pousada. A figura 19 mostra a área frontal do museu:

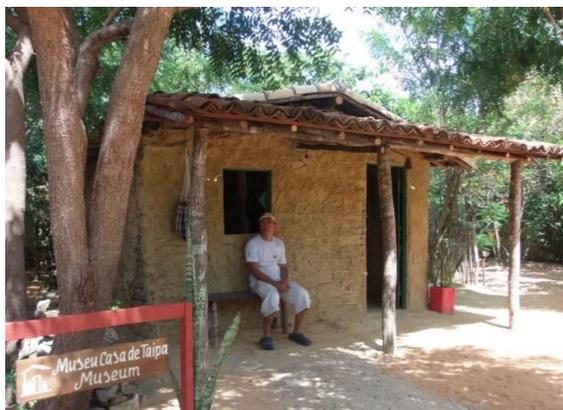


Figura 19 - Museu Casa de Taipa, frente. Fonte: Disponível em: <<http://www.pousadacasadetaipa.com.br/museu-casa-de-taipa>>. Acesso em: 01/dez 2013.

A figura 20 mostra o interior do museu:



Figura 20 - Interior do Museu Casa de Taipa. Fonte: Disponível em: <<http://www.pousadacasadetaipa.com.br/museu-casa-de-taipa>>. Acesso em: 01/dez 2013.

4.1.7 Gastronomia Típica

A imersão nos aromas e sabores locais é parte fundamental da experiência turística. Pode ser que o turista não consuma um quarto de hotel, pode ser que não faça compras ou leve algum artesanato para casa, mas ele há de comer e beber. E quanto maior a aproximação da culinária com a cultura local, mais significativa será a experiência para o visitante, já que a gastronomia, assim como outras esferas da vida cultural, se encontra em um processo global de padronização, fazendo com que a diferenciação, cada vez mais buscada, possa resultar da

presença de atributos locais e autênticos no âmbito da gastronomia. Diante disso é importante ressaltar que “a identidade gastronômica, enquanto elemento de identidade da cultura de um povo, pode ser trabalhada como um atrativo turístico ao proporcionar para o turista o conhecimento da identidade cultural de determinada comunidade” (BRASIL, 2010^a, p. 26).

A culinária típica, ao nosso entender, precisa trabalhar com insumos cuja produção obedece ao contexto cultural local. Sendo assim, identificamos dois grandes eixos que refletem perfeitamente as atividades tradicionais de trabalho presentes na região:

- a) Frutos do mar: peixes diversos, crustáceos, polvos, bivalves. Produtos resultantes do trabalho do pescador, categoria muito presente em ambos os municípios. São Miguel do Gostoso é conhecida tradicionalmente por ser uma “vila de pescadores”, apesar da atividade ter perdido importância, sobretudo para o turismo, e os pescadores perderem cada vez mais seu espaço, antes privilegiado, para a especulação e empreendimentos com capital de fora. A praia do Marco ainda possui bastante pesca artesanal, assim como o distrito de Enxu Queimado, em Pedra Grande, que tem na pesca sua principal atividade econômica;
- b) Subprodutos da macaxeira: a atividade do agricultor familiar, muito presente na região, funde-se ao labor nas casas de farinha, que, entre ativas e inativas, somam mais de vinte. Com isso tem-se a goma, a massa e a farinha, usadas em diversas receitas.

Entre as receitas típicas que encontramos podemos citar o peixe à moda do pescador, tapioca com coco, farofa de coco, moquecas e beiju.

4.1.8 Artesanato

O artesanato, como produção típica do local, tem grande importância na constituição de um destino turístico. Alia a habilidade do artesão, sua percepção do mundo, a(s) identidade(s) dentro das quais opera e o uso de matéria prima regional, na feitura de um artigo que atuará, no meio simbólico, como referência ao lugar de onde veio. O governo brasileiro entende artesanato como:

Toda a produção resultante da transformação de matérias-primas, com predominância manual, por indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas, aliando criatividade, habilidade e valor cultural (possui valor simbólico e identidade cultural), podendo no processo de sua atividade ocorrer

o auxílio limitado de máquinas, ferramentas, artefatos e utensílios. (BRASIL, 2012b, p. 12)

Na nossa pesquisa identificamos, na região do Marco, diversas categorias de artesanato, entre elas o bordado, tricô/crochê, bijuteria, marcenaria e pintura. Contudo essas categorias anteriores já possuem uma estética padronizada, mundializada, não havendo grande diferenciação entre outros produtos do mesmo tipo encontrados em outros lugares do país. Como tratamos de recursos endógenos, fizemos a escolha de, nos resultados, nos atermos principalmente aos produtos que revelam em si uma nítida identidade local, reforçando sua representatividade dentro do contexto cultural local e seguindo a tendência de valorização, nos diversos setores da economia, de bens e produtos que remetam a um passado histórico ou identitário.

A primeira categoria bastante significativa é a de renda, representada na região pelo **labirinto**. Existe um bom número de labirinteiras na região, fato que é provavelmente relacionado à aceitação do produto como artesanato, por parte do turismo. A continuidade da transmissão desse saber-fazer foi por nós constatada quando percebemos que crianças menores de dez anos de idade já se aventuravam no trabalho da renda, fator que depende também, no contexto atual, da viabilidade econômica de tal trabalho.

O trabalho na renda de labirinto é visto como um prazer, um divertimento. Sozinhas ou em grupo, as labirinteiras tecem lentamente, ao som de cânticos ou toadas, e cada peça demora vários dias, semanas ou até meses, dependendo de seu tamanho e complexidade. Como diz Brasil (2012b, p. 50-51), para fazer o labirinto “risca-se o desenho no tecido e em seguida, obedecendo ao desenho, desfia-o com auxílio de agulha, lâmina e tesoura, depois se coloca a peça numa grade de madeira e tece com agulha e linha”. A técnica, ainda, permite a confecção de uma grande variedade de gravuras. Tanto em São Miguel do Gostoso como em Pedra Grande encontramos um bom número de labirinteiras. Algumas delas trabalham com o turismo, expondo e vendendo suas peças, enquanto outras tecem apenas por prazer. A figura 21 ilustra a técnica do labirinto, trazendo uma peça sendo trabalhada na grade.

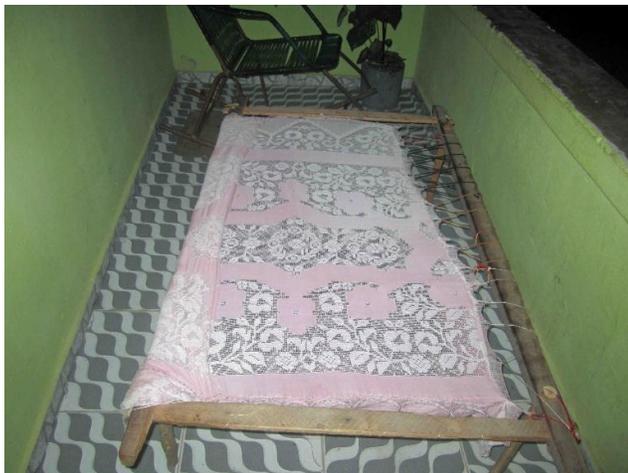


Figura 21 - Labirinto sendo trabalhado na grade, em Acauã. Fonte: Jéssica Barbosa.

Uma outra categoria de artesanato bastante significativa é a cestaria, que é uma “Técnica que abrange todas as formas de entrelaçar fibras rígidas, tiras e cipós para a fabricação de cestas ou cestos” (BRASIL, 2012b, p. 40). A cestaria, na região, está vinculada sobretudo às atividades tradicionais, como a pesca artesanal, na qual os pescadores fazem uso das cestas para o armazenamento e transporte do pescado. Contudo, é uma categoria que já vem sendo trabalhada como artesanato turístico. Os principais tipos são o samburá e o balaio, feitos de diversos tipos de cipó encontrados na região. A figura 22 ilustra o momento de labor do artesão de cestaria:



Figura 22 - Cestaria em Acauã, Pedra Grande. Fonte: Lindamar Alves.

Uma outra categoria de artesanato que consideramos relevante é o entalhe, que é entendido como um “processo minucioso realizado em material rígido e pesado (madeira ou

pedra), cortando ou extraindo o supérfluo até se obter a forma desejada” (BRASIL, 2012b, p. 43). Existem em São Miguel do Gostoso artesãos que produzem miniaturas do Marco, feitas em madeira da região. É importante ressaltar que o processo é todo manual, e que cada peça é diferente da outra, seja no tamanho, na tonalidade da madeira usada ou na forma final, o que traz valor ao trabalho, já que imprime em si um sentido de exclusividade, contudo obedecendo sempre a uma matriz original proposta. É interessante perceber também o caráter identitário das peças, já que retratam o monumento que foi chantado nas areias da praia do Marco, e que em breve voltará ao seu local de origem. Com isso percebemos essas peças como de muita valia ao turismo da região, pois, em seu modelo atual, estão praticamente acabados enquanto *souvenires*, como mostra a figura 23. O artesão que realiza as peças trabalha somente por encomenda, e mora em uma comunidade de São Miguel do Gostoso, faltando então a articulação com os interessados na venda final das peças.



Figura 23 - Miniaturas do Marco entalhadas em madeira. Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

4.1.9 Atividades tradicionais de trabalho

É parte formadora da cultura de um lugar o modo como o ser humano utiliza o ambiente para a produção do seu próprio sustento, assim como todas as técnicas, ferramentas e utensílios usados nessa intenção. Na região do Marco, sobretudo, encontramos dois tipos de atividades tradicionais de trabalho: a agricultura e a pesca.

A agricultura familiar de subsistência é muito comum na região, principalmente na área rural, ocupada pelos distritos. Conquanto não percebemos, de maneira objetiva e direta, a inserção dos agricultores na cadeia turística, as pequenas propriedades, as construções

peculiares, as casas de farinha, os rebanhos ovinos cruzando a estrada de barro, e algumas outras características conferem à região uma atmosfera bucólica, o que é atraente a diversos segmentos do turismo.

Mais facilmente inseridos no processo produtivo do turismo, os pescadores, primeiros colonizadores da região, estão perdendo espaço no contexto local. Suas casas, principalmente em território urbano como São Miguel do Gostoso, são cada vez mais distantes do mar. A pesca, dizem eles, é cada vez mais escassa, mas ainda é capaz de fornecer subsistência para muitas famílias. O seu produto é comumente absorvido pelo turismo, na medida em que os equipamentos e serviços de alimentação e hospedagem incluem em seu cardápio um diverso número de pratos à base de frutos do mar.

Nesse contexto, percebemos a oportunidade, cada vez maior, dos pescadores se adaptarem ao turismo. Não através da pesca, mas sim através de seu ofício. A pesca artesanal, junto com as técnicas de navegação tradicionais, assim como as embarcações típicas utilizadas, se articuladas de forma orgânica e, com a devida qualificação e medidas de segurança, podem formar um produto turístico com identidade e potencialidade. Passeios nos paquetes (jangadas típicas da região), saídas para pesca, entre outras atividades, poderiam ser facilmente inseridas na cadeia produtiva local, beneficiando os pescadores através de uma reinterpretação de sua atividade tradicional. Na comunidade de Enxu Queimado, em Pedra Grande, eminentemente ribeirinha, já há um movimento para a formatação de um produto que envolve os pescadores, seu saberes e suas embarcações. A figura 24 apresenta uma regata de paquete, realizada nas águas de Enxu Queimado:



Figura 24 - Regata de paquete em Enxu Queimado. Fonte: Dados da pesquisa, 2013

4.1.10 Formas de expressão - Folguedos

Abordamos agora, dentro do âmbito da cultura popular, as danças, manifestações e brincadeiras de caráter coletivo, ou seja, os folguedos. Não nos cabe aqui, neste trabalho, realizar uma descrição ou caracterização mais profunda acerca dos folguedos encontrados na região, mas sim identificá-los e registrá-los, afinal as manifestações, enquanto parte mais lúdica da cultura popular, se colocam como recursos turísticos de grande valor. O Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP) entende *folguedo* como:

Atividade ritual que se expressa como manifestação coletiva composta de elementos dramático, musical e coreográfico. Em geral, organiza-se ao longo de reuniões periódicas para os ensaios dos integrantes, que são mais ou menos constantes (...) O folguedo integra dimensões festivas, musicais, estéticas e dramáticas (...) As apresentações ocorrem em ruas e praças públicas, ou em terreiros e estádios, especialmente nos dias de festas do calendário litúrgico ou profano.¹⁴

Para a identificação dos folguedos locais e dos grupos que os realizavam, foi de fundamental importância a nossa participação como professor nos dois municípios. As conversas em sala de aula, juntamente com as atividades realizadas, puderam servir de instrumento para a identificação das danças e grupos que as realizavam, que elencamos na quadro abaixo:

Quadro 5 - Folguedos e grupos encontrados na Região do Marco

Folguedo	Grupo	Situação	Município
Pastoril	Grupo de Pastoril de Acauã	Ativo	Pedra Grande
	Grupo de Pastoril Infantil	Ativo	São Miguel do Gostoso
	Grupo de Pastoril da melhor idade	Ativo	São Miguel do Gostoso
Boi de Reis	Grupo de Boi de Reis de SMG	Ativo	São Miguel do Gostoso
Coco de Roda	-----	Desarticulado	São Miguel do Gostoso
	-----	Desarticulado	Pedra Grande

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

¹⁴ Disponível em: <<http://www.cnfcp.gov.br/tesauro/00000205.htm>>. Acesso em: 01/ dez 2013.

Folguedo mais recorrente na região, o pastoril, é definido pelo CNFCP como

Presépio sem textos declamados e sem diálogos, constituído por jornadas soltas, canções e danças religiosas ou profanas de épocas e estilos variados. As pastoras, vestidas de azul ou encarnado, formam dois cordões tradicionais. Os personagens em geral são: mestra, contramestra e pastoras. Nas variações encontram-se figuras cômicas e personagens como borboleta, estrela d'alva, estrela de Belém e pastor.¹⁵

Há sempre uma certa variação entre os diversos temas, as canções e os personagens que cada pastoril utiliza. Alguns grupos tendem a se aproximar mais da origem, enquanto outros são mais abertos à absorção de elementos externos à tradição.

Em São Miguel do Gostoso, o grupo da melhor idade, além de manter vivo um patrimônio da cultural imaterial, também serve como elemento de inclusão social e saúde, na medida em que provê um espaço de socialização para os idosos, que se mantêm ativos. O ciclo se fecha através da transmissão do conhecimento e práticas aos mais novos, através do grupo de pastoril das crianças. A figura 25 ilustra o grupo de pastoril da melhor idade em ação:



Figura 25 - Pastoril da melhor idade, em SMG. Fonte: <<http://goo.gl/QVYqUF>>. Acesso em: 01/ dez 2013.

Contudo o nosso maior envolvimento com um grupo se deu em Acauã. Ao questionar os alunos sobre as manifestações de cultura popular presentes na comunidade, fomos informados da tradição do pastoril, que, apesar disso, estava sendo esquecido, já que não havia um grupo ativo na comunidade há algum tempo. Inclusive algumas nossas haviam dançado o pastoril quando crianças, tendo a continuidade e a transmissão sido interrompida em algum

¹⁵ Disponível em: <<http://www.cnfcp.gov.br/tesauro/00002056.htm>>. Acesso em: 01/dez 2013.

momento. Nesse contexto, tivemos a ideia de resgatar o grupo da comunidade, intenção muito bem vinda pelos alunos. Acertamos os detalhes com os participantes, encomendamos as indumentárias, definimos o estilo do pastoril (as músicas, cantadas em outros tempos, haviam sido esquecidas), e assim foi acordado que a primeira apresentação seria durante o encerramento do nosso curso de Conductor Cultural Local, realizado na praça pública do distrito de Acauã, em Pedra Grande, como mostra a figura 26:



Figura 26 - Grupo de Pastoril de Acauã, Pedra Grande. Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Boi de reis, nas palavras do CNFCP¹⁶, é um “Folgado do boi registrado no Maranhão, Rio Grande do Norte e Paraíba. Compõe-se de cantos recitativos, situações cômicas e entrecos dramáticos, destacando-se o episódio de morte e ressurreição do boi.” O grupo em São Miguel do Gostoso se mantém ativo, tendo inclusive se apresentado durante a I Mostra de Cinema de Gostoso, evento que será tratado logo abaixo. A figura 27 demonstra a apresentação:

¹⁶ Disponível em: <<http://www.cnfcp.gov.br/tesauro/00002042.htm>>. Acesso em: 01/dez 2013.



Figura 27 - Boi de reis durante a I Mostra de cinema de Gostoso. Fonte: <<http://goo.gl/1Av1fO>>. Acesso em: 01/dez 2013.

O coco de roda, caracterizado como um “coco em que dançarinos formam círculo em torno de um solista que, depois de se apresentar, passa a vez para outro com umbigada ou equivalente. Um dos tocadores, chamado coqueiro ou coquista, faz o canto, coco ou embolada, e os demais respondem em coro”¹⁷, também foi identificado na região, apesar de que se encontra desarticulado, pois no momento não há nenhum grupo que dance o folguedo.

4.1.11 Personalidades

Quem quer que visite São Miguel do Gostoso, necessariamente se pergunta o porquê do nome *Gostoso*. As estórias contadas variam um pouco, nós mesmos, no decorrer de cinco meses em que moramos no município, ouvimos versões que possuíam detalhes divergentes. Contudo, independente de quem conta, a estória possui um mesmo cerne: o *Seu Gostoso*. Como diz o IBGE¹⁸,

O nome Gostoso, segundo registros dos mais antigos, vem de um vendedor ambulante morador na localidade que pelo fato de viajar frequentemente, era considerado um homem bem informado sempre trazendo as notícias de outras regiões e as pessoas do povoado aguardando ansiosamente a sua chegada para se atualizarem das novidades. O fato é que o vendedor era um exímio contador de estórias, sempre acompanhadas de uma risada extremamente gostosa e contagiante. Devido a sua risada característica, o vendedor ficou conhecido

¹⁷ Disponível em: <<http://www.cnfcp.gov.br/tesauro/00001794.htm>>. Acesso em: 01/dez 2013.

¹⁸ Disponível em:

<<http://cidades.ibge.gov.br/painel/historico.php?lang=&codmun=241255&search=rio-grande-do-norte|sao-miguel-do-gostoso|infograficos:-historico>>. Acesso em: 01/dez 2013.

por Seu Gostoso e rapidamente o nome gostoso passou a denominar o novo povoamento.

Apesar das sutis variações no que se conta, o que é unânime é a habilidade do personagem ao contar histórias, a hospitalidade reservada aos visitantes e a gargalhada contagiante. Com isso, Seu Gostoso se levanta como um personagem típico do local, que recebe de forma hospitaleira e calorosa os que vêm de fora. O nome, além disso, foi incorporado de forma intensiva nos comércios e estabelecimentos da região: tudo por lá é gostoso. O topônimo foi incorporado à identidade do município como destino turístico. Percebemos então uma grande oportunidade de turistificação, aproveitada em grande medida pela população, que surgiu através de uma personalidade ou figura representativa.

4.1.12 Festas, eventos e celebrações

A região do Marco possui um calendário de festas bastante diversificado. O calendário litúrgico, que abrange as festividades de caráter religioso, inclui as festas dos santos padroeiros dos municípios, assim como de outras celebrações. As festas populares incluem o carnaval, São João e São Pedro, bastante típicos do nordeste. Ainda, podemos citar festas relativas ao ciclo produtivo, como a festa do algodão e festa da lagosta.

O que mais nos chamou a atenção, dentro dessa categoria, foi a mostra de cinema realizada em São Miguel do Gostoso¹⁹. Contando com a exibição de longas e curtas de diversos estados brasileiros, incluindo da própria cidade, o evento conseguiu mobilizar um público grande, que pôde assistir às exibições realizadas gratuitamente na praia, a céu aberto. O que nos levou a considerar tal evento como endógeno foram justamente as atividades que ocorreram em paralelo: durante os dias de realização do evento, diversas oficinas, que versavam sobre história do cinema, produção audiovisual, roteiro, animação, entre outras, foram oferecidas gratuitamente à população, sobretudo aos mais jovens. Além disso, alguns curtas em exibição foram produzidos localmente, e, no seu desenrolar, contavam também a história da cidade, suas lendas e mitos. Ainda, na perspectiva da programação do evento, houve a articulação entre diversos grupos culturais locais, seja esta popular ou contemporânea, que realizaram apresentações durante os dias de programação da mostra.

¹⁹ Disponível em: <<http://mostradecinemadegostoso.com.br/>>. Acesso em 04/ dez 2013.

Diante dessas características, vimos na mostra de cinema uma ferramenta para o fomento da produção cultural local, a partir das bases identitárias que tornam o lugar único, convergindo para uma mídia de uso global como o cinema e o audiovisual. A mostra está prevista para ter continuidade nos anos seguintes.

4.1.13 Quadro de sistematização dos recursos endógenos

Quadro 6 - Sistematização dos recursos endógenos

Tipo	Subtipo	Natureza do patrimônio	Recurso Endógeno
Marcos históricos	De referência à história	Material/Bens Móveis	*Marco Quinhentista
Conjunto Arquitetônico	Rural/Urbano	Material/Imaterial	*Casas de taipa na zona rural. *Fachadas das casas de São Miguel do Gostoso
Lugares de referência à memória	Acontecimento Histórico	Material/Bens Imóveis	*Praia do Marco
Feiras e mercados de caráter cultural	-----	Imaterial	*Feira de São Miguel do Gostoso
Museu/Memorial	-----	Material	*Museu Casa de Taipa *Memorial do Marco
Arquitetura Religiosa	Igreja/Capela	Material	*Igreja de São Miguel Arcanjo *Capela do Marco
Gastronomia Típica	Receitas típicas e tradicionais	Imaterial	*Receitas diversas, sobretudo frutos do mar
Artesanato	Cestaria/Entalhe/Renda/	Imaterial	*Cestas *Miniatura *Souvenires
Atividades tradicionais de trabalho	Pescador	Imaterial	*Cultura, pesca e embarcações
Formas de expressão	Folguedos	Imaterial	*Pastoril, boi de reis, coco de roda
Personalidades	-----	Imaterial	*Seu gostoso

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

4.2 OPORTUNIDADES DE INOVAÇÃO PARA O TURISMO DA REGIÃO DO MARCO

Diante de toda a riqueza cultural que foi levantada e descrita, cabe aqui colocar de que forma é possível conceber inovação para o turismo da região do Marco. Em primeiro lugar é importante fazer uma ressalva, frente à natureza dos recursos que essa pesquisa envolve. Como lidamos, em grande parte, com pequenas comunidades e cidades que não viram (ainda) um grande desenvolvimento turístico, há ainda a preciosa oportunidade, que não deve ser desperdiçada, de se começar pela base. Ao pensarmos em recursos endógenos, pensamos também que qualquer ação desenvolvida deve ter como membro integrante, com voz e poder de decisão, a comunidade local. Um turismo realizado da maneira desejada provê possibilidades para o fortalecimento da cultura e identidade local, para o despertar do orgulho, da redescoberta e da dinamização cultural, levando em consideração a vocação do destino e envolvendo a população local no processo, para que possa, assim, definir os rumos e usufruir dos resultados. (BRASIL, 2010a). Impactos negativos já começam a ser sentidos, sobretudo em São Miguel do Gostoso, como mostra o anexo B, que expressa publicamente a opinião de um morador ao ver sua localidade ser chamada de “A nova Pipa”. Ainda, as informações que foram levantadas pelo inventário, de acordo com o Ministério do Turismo (BRASIL, 2010a, p.55), “revelam ainda a importância do uso de estudos e pesquisas para o correto planejamento de ações que valorizem a cultura e as tradições locais dos destinos turísticos, contribuindo, assim, para o desenvolvimento sustentável das regiões e o fortalecimento do segmento”.

Sendo assim, a grande oportunidade de inovação diagnosticada, com base em recursos histórico-culturais, é a inovação de mercado ou nicho, configurada a partir da existência de um fluxo de turistas cujo interesse ou motivação principal de viagem está na experimentação do ambiente cultural de outras localidades. Para isso, no entanto, percebemos um requisito que precisa ser cumprido: a volta do Marco ao seu local original de chantadura. Chegamos a tal conclusão ao confrontá-lo com os demais recursos identificados. Podemos dizer então que o Marco, por conta de suas características e do contexto local, vem a ser considerado um **atrativo âncora**. Sobre determinado atrativo, o MTur diz que:

Atração âncora é um conceito emprestado do comércio varejista, utilizado para designar linha de produtos/marcas reconhecidas e que funcionam para atrair expressivos números de consumidores. As atrações âncora em Turismo Cultural exercem um papel importante para a tematização dos roteiros através

da integração de vários atrativos dentro de um mesmo guarda-chuva temático, que pode ser um produto, uma região geográfica determinada ou grupos étnicos. A ideia central é aproveitar o potencial dos atrativos âncora para aumentar o conteúdo cultural e atratividade geral dos roteiros. (BRASIL, 2010a, p. 75)

De acordo com a ideia geral, o Marco seria um atrativo de hierarquia mais alta, capaz de atrair, por si só, fluxo turístico. Os demais atrativos que compartilham de alguma afinidade, seja de mesma natureza ou proximidade geográfica, “pegariam carona” na capacidade de atração do recurso âncora, articulando-se em torno dele, como mostra a figura 28:

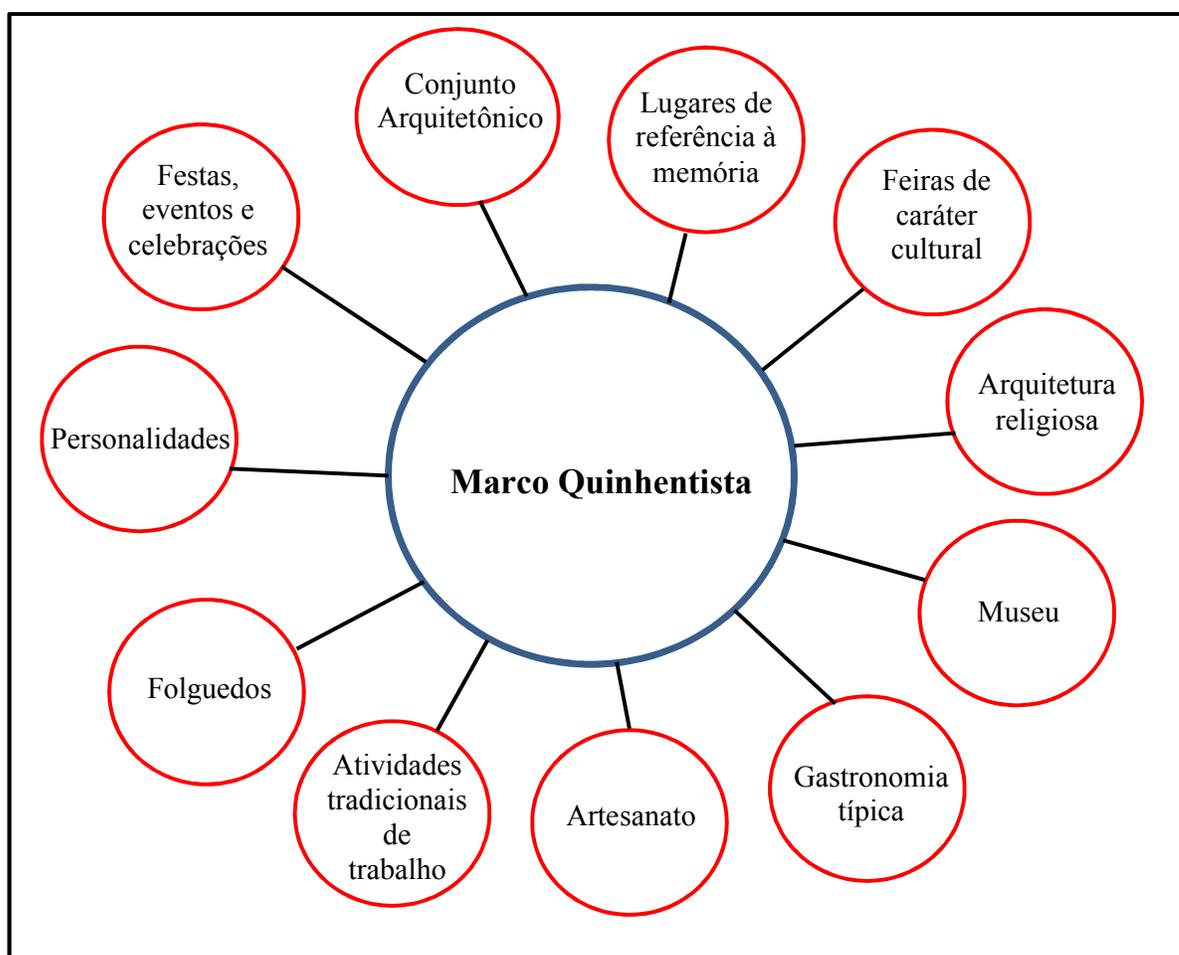


Figura 28 - Marco Quinhentista como atrativo âncora na Região do Marco.
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Vemos então, como necessária, uma avaliação acerca das características que fazem com que o Marco ganhe destaque, dentre todos os outros recursos citados, justificado pelos parâmetros técnicos definidos a seguir.

4.2.1 Avaliação do Marco como atrativo

Para realizar a avaliação do monumento como atrativo, seguimos a recomendação do MTur, quando coloca que:

O inventário se complementa, ainda, com a avaliação técnica dos atrativos, para identificar o potencial e os aspectos diferenciais para a estruturação de produto turístico competitivo. Nesse processo, recomenda-se que essa análise observe a metodologia adotada no Plano de Marketing Turístico Nacional (Plano Cores) e no Plano de Promoção Internacional do Brasil (o Plano Aquarela) que estabelece os critérios de singularidade, valor intrínseco e o caráter brasileiro. (BRASIL, 2010a, p.55)

Os três critérios propostos, seguidos de sua descrição e da avaliação do Marco como recurso, de acordo com o Plano Cores (BRASIL, 2005), são os seguintes:

1. **Singularidade:** valor que tem um recurso pelo fato de ser único no Mundo, na América Latina, no Brasil, na macrorregião ou no estado. Quanto mais singular, maior será o âmbito de atração geográfica do mesmo.

O Marco possui um valor de singularidade muito grande. O Brasil possui, ao que se sabe, três marcos, o potiguar, o de Cananéia e o exposto em Porto Seguro.

2. **Valor Intrínseco:** valor de cada um dos recursos, em uma análise comparativa que os faça destacar dentro da sua própria categoria.

Monumento colonial mais antigo das Américas, marca a posse oficial de terras brasileiras, a partir da história oficial, e o descobrimento do Brasil, a partir de uma história paralela. Testemunha, na perspectiva quinhentista, a tomada de uma terra desconhecida, ou seja, a caneta que assinou, na prática, o “achamento” das terras de Vera Cruz.

3. **Caráter Brasileiro:** valor que tem um recurso pelo fato de ser próprio do local, neste caso do Brasil, ainda que não seja especificamente um recurso turístico. Existe um grande valor diferencial naquilo que forma a identidade de um lugar.

Apesar de ter sido plantado em solo brasileiro por mãos estrangeiras, o Marco presenciou toda a história dessa terra, tornando-se parte da identidade de uma determinada região do Rio Grande do Norte. Soma-se ao valor histórico a religiosidade popular, que atribuiu à pedra valor sagrado, local e identitário.

Contudo para a volta do Marco, conforme nos confirmou Tânia Teixeira (informação verbal)²⁰, moradora da Praia do Marco, pesquisadora e entusiasta, a condição imposta pelo IPHAN, que tem a custódia do monumento, foi de que houvesse um lugar adequado, seguro e de fácil acesso. Surgiu, então, a ideia do Memorial do Marco.

4.2.2 Memorial do Marco: um vislumbre

Antes de tudo, faz-se necessário traçar um histórico de como o Memorial do Marco começou a ser pensado. Tânia Teixeira nos informou que a ideia original da construção do memorial veio do senhor Iaperi Araújo, no ano de 1993, quando era então o presidente da Fundação José Augusto. Motivado pela Tânia, Araújo encomendou o anteprojeto da obra. Logo depois foi fundada a AMAC (Associação dos Moradores e Amigos de Cauã), que encabeçou o movimento, até então incipiente, em prol da volta do Marco. As ações nesse sentido ficaram dormentes por muitos anos, até que a Serveng, que possui diversos parques eólicos na região, identificou, no cumprimento de condicionantes exigidas pelo órgão ambiental estadual, as possibilidades antes levantadas pela AMAC. Foi assim iniciada a parceria, que logo envolveu as prefeituras municipais de Pedra Grande e São Miguel do Gostoso. Convergindo com isso a atual superintendência do IPHAN/RN, com os trabalhos que estão sendo realizados na Fortaleza dos Reis Magos, admitiu que seria a hora perfeita para o retorno do Marco.

Idealizado pela AMAC, tendo como parceiros as duas prefeituras municipais e o IPHAN, com o apoio técnico da Serveng e financiamento do BNDES, hoje o projeto se encontra em plena atividade, com previsão para o início das obras no primeiro semestre de 2014. Contudo, o Memorial do Marco, como está previsto em seu projeto, excede as atribuições de um museu. Será um espaço versátil, multiuso, de utilização frequente pelos moradores das comunidades do entorno, além dos visitantes. Com isso o local terá espaço para eventos,

²⁰ Entrevista gentilmente concedida por Tânia Teixeira, historiadora e pesquisadora do Marco e da região, em novembro de 2013.

palestras e cursos de formação, por exemplo. O investimento total está em torno de dois milhões de reais.

A gestão do memorial, pensada para ser realizada de forma descentralizada, coaduna com o que coloca o MTur, quando afirma que “O posicionamento do Brasil enquanto um destino cultural implica em ações convergentes entre o setor público, a iniciativa privada e o terceiro setor das áreas da cultura e do turismo para que ocorra uma efetiva gestão, desenvolvimento e promoção de destinos turísticos cujo foco seja o segmento de Turismo Cultural.” (BRASIL, 2010a, p. 58). Deste modo, a gestão foi pensada para que abrigasse poder público, iniciativa privada e a comunidade local organizada, como mostra a figura 29:

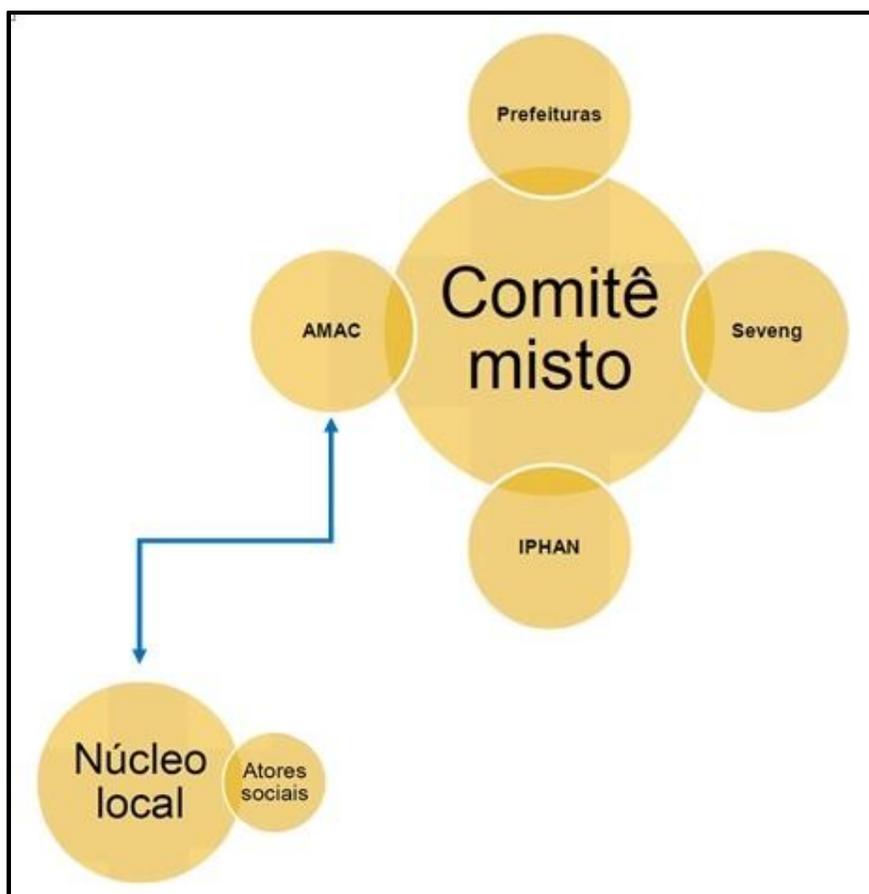


Figura 29 - Comitê gestor do Memorial do Marco. Fonte: SERVENG, 2013.

Com isso é possível perceber que a população, através da AMAC, também participará de forma direta da gestão do memorial, fato de bastante valia para as comunidades do entorno. As ações, por parte do Memorial, partirão a partir de quatro eixos distintos:

cultural, visando a resgatar, valorizar e articular a cultura local; **turístico**, que pretende fomentar um turismo cultural de base local; **educacional**, que irá oferecer cursos e capacitação aos moradores; e por último o eixo de **geração de emprego e renda**, de modo a trazer ocupação aos moradores do entorno.

5 CONCLUSÕES

“O mar...pescador quando sai
Nunca sabe se volta, nem sabe se fica”

Dorival Caymmi

Esta pesquisa partiu do pressuposto de que, com a volta do Marco e a construção do Memorial, o turismo cultural se desenvolveria de fato na região. Pudemos verificar, com clareza e admiração, a riqueza presente naquelas terras. A relação do homem com o mar, que trouxe àquelas paragens o marco português, continua forte no saber-fazer do caiçara, na sua embarcação e no produto da sua pesca. Contudo são patrimônios que precisam ser protegidos, valorizados, pois são voláteis e dinâmicos. As praias outrora pacatas já foram invadidas, sobretudo em Gostoso.

Foi a partir da nossa vivência em campo, atuando como professor, que surgiu a ideia e o mote para a pesquisa. A coleta de dados foi igualmente facilitada pela nossa inserção no contexto local. Pudemos contar com a gentileza e hospitalidade do povo e dos alunos, e para o levantamento das informações de que precisávamos, quase nada nos foi negado.

Podemos dizer então que cumprimos satisfatoriamente o primeiro objetivo específico, de sistematizar os recursos histórico-culturais da região. Para isso contamos com a ajuda de muitos, e o caderno etnográfico, sempre à mão, nos ajudou demais na tarefa. Tentamos de todas as formas manter a objetividade científica, e para tal utilizamos a metodologia de inventariação do MTur, seguindo à risca as categorias propostas como atrativos culturais. Contudo a percepção de mundo varia, e o olhar também, sendo muito provável que outro pesquisador, encarregado da mesma tarefa, tivesse resultados distintos.

O segundo objetivo nos foi um pouco mais problemático, já que tivemos dificuldade de encontrar um modelo que permitisse avaliar um atrativo que, por si só, ainda não está pronto, como é o caso do Memorial. Tivemos que avaliar o patrimônio, a pedra, como um recurso turístico, e nisso creio que tivemos sucesso. Uma abordagem teórica que levasse em consideração o planejamento e a gestão de atrativos turísticos poderia ser uma boa opção para enquadrar o problema.

Foi interessante perceber que, pelas parcerias realizadas de fato, nossa escolha para os municípios integrantes da região foi bem conveniente. Pedra Grande e São Miguel do Gostoso, cuja fronteira territorial litorânea é a praia do Marco, precisam trabalhar em conjunto

par o bom desenvolvimento da região. Pelo que pudemos perceber, boa vontade não faltará, pois encontramos, nesse curto caminho de cinco meses, diversas pessoas com dedicação e ímpeto para transformar a realidade.

Outro fato que notamos é a necessidade de um trabalho de valorização e autoestima direcionado às comunidades. O fator étnico, de tanta atratividade e participação em um destino como Porto Seguro, nas bandas potiguares sempre foi visto de forma pejorativa. O fenótipo não mente, mas a identidade se transforma, e a autoestima se defende da estigmatização: “índio são eles”, ouvi dizer, como uma forma de impropério. Se é possível restaurar - não o modo de vida, mas o orgulho da linhagem, assim como sua memória - não sabemos. Fato é que é justamente aí, no que é evitado a todo custo, que mora uma das maiores riquezas da região.

Outro ponto, urgente e necessário, é a sensibilização ou conscientização ambiental. Quase não existe, e por isso, víamos o desrespeito à natureza quase que diariamente. O lixo ao chão, queimadas, desmatamento, entre outros, são atitudes que ainda vigoram nos hábitos dos moradores. Em uma determinada ocasião, fizemos uma caminhada ecológica pela comunidade de Acauã, recolhendo o lixo das vias e calçadas e distribuindo folhetos sobre educação ambiental, produzidos pelos próprios alunos. Tenho certeza que, para eles, a semente dará frutos. Já não temos a mesma convicção para com uma pequena parte da população: fomos até hostilizados, nos chamaram de “bestas”, por estarmos “catando o lixo dos outros”.

A qualificação dos moradores do entorno para trabalhar com o turismo é um ponto vital para a inserção dos mesmos. Trabalhar a técnica, o traquejo e a gentileza, sem contudo perder a identidade. A acolhida calorosa já é típica da região, e pudemos nós mesmos desfrutar dessa característica. Programas como o Pronatec, que chegaram na zona rural dos dois municípios, precisam ter continuidade em seus cursos, cuja natureza é de formação inicial e continuada.

A relevância do trabalho e também do nosso tema foi corroborada com a aprovação, em chamada pública do CNPq e Ministério do Turismo, de um projeto que permite dar continuidade à presente pesquisa, ampliando perspectivas e propondo roteiros que possam ser de fato formatados na região.

5.1 RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

Como já colocamos anteriormente, trabalhos fundamentados em teorias que investiguem a concepção, planejamento e gestão de atrativos turísticos, sobretudo os de patrimônio, seriam muito convenientes à região. O processo de parceria realizado entre os poderes públicos municipais, a iniciativa privada, o terceiro setor organizado e o órgão federal de proteção ao patrimônio, assim como os seus desdobramentos, teria grande relevância para uma análise da ótica da academia.

A parte histórica da região é uma área bastante prolífica. Pesquisas com o tema do “outro descobrimento”, trazendo contribuições que possam ajudar a iluminar fatos históricos difusos, com certeza terão destaque. Além disso, uma investigação de cunho arqueológico na praia do Marco, que foi local de desembarque de tripulações, de comércio e feiras, além de cemitério, poderia produzir mais provas concretas acerca dos frequentadores, em tempos passados, das areias da praia.

No campo da cultura, um estudo que verificasse a capacidade de adaptação dos pescadores à atividade turística seria de fato muito interessante. Além disso, a comparação entre a origem e as técnicas de confecção da renda de labirinto, dos hábitos e costumes das labirinteiras da região, em comparação com outras regiões que possuem o labirinto (Como Chã dos Pereira, na Paraíba), poderiam identificar e descrever as diferenças, relatando as mudanças sofridas durante o passar do tempo.

No campo da inovação, um bom campo de pesquisa seriam as pousadas de São Miguel do Gostoso. Cada vez mais numerosas, e abrigando um perfil de hóspede de certa forma homogêneo, seria interessante averiguar em que medida os meios de hospedagem da região estão aplicando a inovação.

REFERÊNCIAS

- ABERNATHY, J.; KLARK, K. Innovation: Mapping the wind of creative destruction. *Research Policy*, v. 14, p. 3-22, 1985.
- ADAMS, R.; TRANFIELD, D.; DENYER, D. Innovation Types: Configurations of Attributes as a Basis for Innovation Classification. Londres: Advanced Institute of Management Research, 2006.
- ALBERTI, F.; GIUSTI, J. Cultural heritage, tourism and regional competitiveness: The Motor Valley cluster. *City, Culture and Society*, v. 3, p. 261-273, 2012.
- AMGROSINO, M. Etnografia e observação participante. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- AZEVEDO, F. F.; QUEIROZ, T. A. N. As feiras livres e suas (contra)racionalidades: periodização e tendências a partir de Natal-RN-Brasil. *Biblio 3W*, Vol. XVIII, nº 1009, 2013.
- BAHL, M. Dimensão cultural do turismo étnico. In: PANOSSO NETTO, A.; ANSARAH, M. G. R. (Ed.). Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas. Barueri: Manole, 2009. p. 121-140.
- BAUER, M.; GASKELL, G. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. 6ª edição. Petrópolis: Vozes, 2007.
- BENI, M. C. Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira. São Paulo: Aleph, 2003.
- _____. Análise estrutural do Turismo. 11ª edição. São Paulo: SENAC, 2006.
- BOULLÓN, R. C. Planejamento do Espaço Turístico. São Paulo: EDUSC, 2002.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Programa de regionalização do turismo – Diretrizes. Brasília, 2013.
- _____. Ministério do Turismo. Turismo cultural: orientações básicas. Brasília, 2010a.
- _____. Índice de competitividade do turismo nacional – 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional. Brasília: Sebrae, 2012a.
- _____. Ministério do Turismo. Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo - 9.ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2013.
- _____. Ministério da Cultura. Metas do plano nacional de cultura. Brasília, 2011a.
- _____. Ministério da Cultura; Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Os sambas, as rodas, os bumbas, os meus e os bois: princípios, ações e resultados das política de salvaguarda do patrimônio cultural imaterial no Brasil. Brasília: 2010b.

_____. Ministério da Cultura; Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. O registro do patrimônio imaterial: dossiê final da comissão e do grupo de trabalho do patrimônio imaterial. Brasília: 2ª ed., 2003.

BRASIL. Ministério do Turismo. Inventário da oferta turística. Brasília: Ministério do Turismo, 2011b.

_____. Base conceitual do artesanato brasileiro. Brasília, 2012b.

_____. Ministério do Turismo. Plano Cores do Brasil: Marketing turístico nacional. Brasília, 2005.

CAMISÓN, C.; MONFORT-MIR, V. Measuring innovation in tourism from the Schumpeterian and the dynamic-capabilities perspectives. *Tourism Management*, Vol. 33, p. 776-789, 2012.

CASCUDO, L. C. Dois ensaios de história: Intencionalidade no descobrimento do Brasil; O mais antigo Marco de posse. Natal: Imprensa Universitária do Rio Grande do Norte, 1965.

CASTELLS, M. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CASTRO, A. H. F. Muralhas da memória: fortificações, patrimônio e turismo cultural. *Caderno Virtual de Turismo. Edição especial: turismo em fortificações*. Rio de Janeiro, Vol. 1, n. 1, p.08-22, out. 2013

COOMBS, R; MILES, I. Innovation, measurements and services: the new problematique.

CORNELL UNIVERSITY; INSEAD; WIPO. The Global Innovation Index 2013: The Local Dynamics of Innovation. Geneva, 2013.

CUCCIA, T.; RIZZO, I. Tourism seasonality in cultural destinations: Empirical evidence from Sicily. *Tourism Management*, Vol. 32, p. 589-595, 2011.

DENCKER, A. F. M. Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas. São Paulo: Futura, 1998.

DREJER, I. Identifying innovation in surveys of services: a Schumpeterian perspective. *Research Policy*, Vol. 33, n. 3, p. 551–562, abr. 2004.

EUROPEAN COMMISSION. Regional Innovation Scoreboard. Belgium, 2012.

FINEP, FINANCIADORA DE ESTUDOS E PROJETOS. Manual de Oslo.

FONSECA, M. C. L. Para além da pedra e cal: por uma concepção ampla de patrimônio cultural. In: ABREU, R.; CHAGAS, M. *Memória e Patrimônio: ensaios contemporâneos*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas, 2007.

_____. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2009.

HALL, C. M.; WILLIAMS, A. *Tourism and innovation*. London: Routledge, 2008.

- HJALAGER, A. A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, Vol. 31, p.1-12, 2010.
- HUGHES, H. L. Redefining cultural tourism. *Annals of tourism research*, Vol. 23, p. 707-709, 1996.
- JOHANNESSON, J. A.; OLSEN, B.; LUMPKIN, G.T. Innovation as newness: what is new, how new, and new to whom? *European Journal of Innovation Management*, Vol. 4, p. 20-31, 2001.
- KLEMENT, C. F. F. Inovação em serviços: estudo de casos em uma organização da indústria hoteleira brasileira. São Paulo – USP. Tese de Doutorado. 2007.
- KLINK, A. Cem dias entre o céu e o mar. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- LAGES, B. H.; MILONE, P. C. Economia do turismo. São Paulo: Atlas, 2009.
- MENESES, J. N. C. História & Turismo Cultural. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- MCINTOSH, A. J.; PRENTICE, R. C. Affirming authenticity: consuming cultural heritage. *Annals of tourism research*, Vol. 26, p. 589-612, 1999.
- MCKERCHER, B. Towards a classification of cultural tourists. *International journal of tourism research*. Vol. 4, p. 29-38, 2002.
- OECD. Innovation and growth in tourism. Paris, 2006.
- OMT. UNWTO Tourism Highlights, 2013 Edition. OMT: Madrid. 06/ 2013
- PANOSSO NETTO, A.; GAETA, C. (Ed.). Turismo de experiência. São Paulo: Senas, 2010.
- _____, A.; ANSARAH, M. G. R. (Ed.). Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas. Barueri: Manole, 2009.
- PINTO, L. Reinvenção do descobrimento: o litoral norte-rio-grandense, atração necessária às navegações exploradoras do Atlântico Sul e ponto de desembarque de Pedro Álvares Cabral. Natal: Econômico Empresa Jornalística, 1998.
- RODZI, N. I. M.; ZAKI, S. A.; SUBLI, S. M. H. S. Between tourism and intangible cultural heritage. *Procedia*, Vol. 85, p. 411-420, 2013.
- SANTANA, A. Antropologia do turismo: analogias, encontros e relações. São Paulo: Aleph, 2009.
- SAUSSURE, F. Cours de linguistique générale. Paris: Payot, 1960.
- SERVENG. Pré-projeto Memorial do Marco. 2013.
- SILBERBERG, T. Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, Vol. 16, p. 161-165, 1995.

SILVA, A. M. C. O Rio Grande do Norte na rota das grandes navegações. Natal: RN Econômico, 2000.

STYLIANOU-LAMBERT, T. Gazing from home: cultural tourism and art museums. *Annals of tourism research*. Vol. 38, p. 403-421, 2011.

SWARBROOKE, J. Turismo sustentável: turismo cultural, ecoturismo e ética. São Paulo: Aleph, 2000.

TEIXEIRA, T. M. F. Praia do Marco - nosso Porto Seguro. Natal - UnP. Monografia de especialização. 2010.

TRIBE, J. Economia do lazer e do turismo. São Paulo: Manole, 2003.

UNESCO. Patrimônio mundial no Brasil. 2. ed. Brasília: Caixa Econômica Federal, 2002.

VEAL, A. J. Metodologia de pesquisa em lazer e turismo. São Paulo: Aleph, 2011.

WEIDENFELD, A. Tourism and cross border regional innovation systems. *Annals of tourism research*, Vol. 42, p. 191-213, 2013.

WORLD ECONOMIC FORUM. The travel & tourism competitiveness report 2013: reducing barriers to economic growth and job creation. Geneva, 2013. 485 p.

_____. The global competitiveness report 2012-2013. Geneva, 2012. 529 p.

YANG, L. Ethnic tourism and cultural representation. *Annals of tourism research*, Vol. 38, p. 561-585, 2011.

ANEXOS

ANEXO A - Matéria na Folha de São Paulo em ocasião das comemorações dos 500 anos.

Por apenas R\$ 14,90 por mês,
você recebe sua revista **Disney Explora** clique aqui
em casa toda semana

folha online

Brasil por historiadores

Terras à vista

Brasil 500 d.C.

Histórias do Brasil

Reportagens

Especiais

Música

Guia de leitura

Comida

Brincadeiras

Imagens do Brasil

Reportagens

População de Pedra Grande pede volta do monumento, transferido para Natal para evitar a retirada de lascas utilizadas em chá "curativo"

(7/3/2000)

Marco português de 1501 vira objeto de culto milagroso no RN

FÁBIO GUIBU
da Agência **Folha**, em Pedra Grande

Um marco de pedra fincado em 1501 por navegantes portugueses no litoral do Rio Grande do Norte é hoje cultuado como objeto sagrado por comunidades da região de Pedra Grande.

Considerado o mais antigo monumento preservado do Brasil, o padrão - como é chamado esse tipo de marco- foi deixado em solo potiguar para atestar o direito de posse de Portugal sobre a terra recém-descoberta.

A pedra, em forma de coluna, com 1,62 m de altura e 32,5 cm de largura, possui em uma de suas faces a cruz da Ordem de Cristo e o escudo português esculpido em relevo. O monumento, hoje exposto no forte dos Reis Magos, em Natal, é cultuado como algo capaz de realizar milagres.

O culto à pedra resistiu ao tempo e, ainda hoje, o padrão, conhecido pelos devotos como "Santo Cruzeiro", é considerado por eles uma "obra divina da natureza".

Uma espécie de altar, um cemitério e uma capela foram erguidos ao seu redor. Braços, pernas e cabeças de madeira são depositados no local porromeiros como agradecimento pelas "curas".

Os devotos atribuem poderes medicinais a um chá feito com lascas retiradas do marco. Graças a essa crença, a pedra foi cavada, em alguns pontos, em até 5 cm dos 25 cm de sua espessura original. A devoção ao padrão resultou, na década de 60, em uma campanha em favor da transferência do monumento para Natal.

Em 1962, o monumento, batizado oficialmente de Marco de Touros, foi tombado pelo Sphan (Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional). Várias tentativas de transferência foram feitas, mas a população da região resistiu, armada de paus e facões.

B r a s i l



Página inicial

Leia mais:

[Igreja cobra taxa na região onde bispo Sardinha foi devorado](#)

[Igreja quer pedir perdão pelo presente](#)

[Historiadores e aventureiros disputam sobra de naufrágios](#)

[Remanescentes de quilombos ainda esperam pela terra](#)

Marco português de 1501 vira objeto de culto milagroso no RN

[Celebração do Descobrimento muda cotidiano dos pataxós](#)

[Paraná guarda últimos trechos da estrada indígena que cortava a América do Sul](#)

[Xavantes montam "embaixada" em São Paulo](#)

[Viagem leva quase dois dias](#)

[Índios realizam marcha inédita para contestar o Descobrimento](#)

[Governo tenta impedir atos contra FHC](#)

[Líder aponta "contradição" nos festejos](#)

[Sem-terra ameaçam](#)

No final dos anos 60, no auge do que já consideravam uma "guerra santa", os moradores esconderam o monumento por seis meses no morro dos Martins. Durante o trajeto, o padrão se partiu próximo à base.

[descumprir acordo](#)

[Índios fazem manifestações com MST](#)

"Desde então, os devotos, num fanatismo cada vez maior, acreditavam que a "pedra santa", depois de bipartida, ficara com maiores poderes milagreiros, recrudescendo o uso das chávenas com lascas da pedra (...)", escreveu Oswaldo de Souza, diretor do Sphan.

Só em 1975 o Sphan conseguiu transferir o padrão para Natal, com a ajuda da polícia. No lugar do original, deixou uma réplica feita de cimento. As romarias acabaram. "Essa pedra não vale nada, porque foi feita pela mão do homem", disse o agricultor Francisco Tenório, 70.

Há dois anos, as Prefeituras de São Miguel do Gostoso e de Pedra Grande organizaram manifestações reivindicando o retorno do monumento ao seu lugar de origem. Um novo ato está marcado para 22 de abril próximo, quando se comemoram os 500 anos do Descobrimento.

A atual diretora do Iphan (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) em Natal, Jeanne Nesi, diz que apóia a volta do marco, desde que seja garantida proteção ao patrimônio.

"Se voltar sem proteção, o Marco de Touros vai virar chá", afirma o pesquisador Olavo de Medeiros Filho, 66, do Instituto Histórico e Geográfico do RN.

Leia mais: [Celebração do Descobrimento muda cotidiano dos pataxós](#)

ANEXO B - Matéria na revista Guajiru, de São Miguel do Gostoso



Não somos PIPA... nem seremos!

Se tem uma coisa que eu não suporto é quando dizem: "Gostoso é a nova Pipal". Sacanagem! Quer dizer que nós somos os próximos alvos de uma invasão alienígena no melhor estilo Guerra dos Mundos? Os cidadãos de Gostoso ficarão assistindo seu paraíso ser transformado em uma terra árida e estranha? Ou simplesmente o capitalismo irá cumprir o seu papel de aniquilador de estruturas sociais?

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva disse na segunda-feira, 07/06/2010, durante o lançamento do Plano Agrícola e Pecuário 2010/2011, que o Brasil deve começar a discutir a regulamentação da venda de terras brasileiras a estrangeiros. "Essa é uma coisa que teremos que discutir para saber como vamos fazer para não permitir que haja abuso da compra de terra por estrangeiros", disse o presidente. Talvez, como sempre, estejamos um pouquinho atrasados, se observarmos casos como os de Pipa ou outras localidades brasileiras rateadas entre grupos estrangeiros, sem nenhum tipo de controle, nem mesmo por parte de instâncias governamentais poderosas como Patrimônio da União, Polícia Federal e Receita Federal, o que demonstra o tamanho da nossa fragilidade diante da questão.

Já que o presidente Lula abriu o debate, estamos oficialmente autorizados a fazer os nossos comentários. Se observarmos a curta história de Gostoso, vemos que, no período entre 2000 e 2008, os imóveis situados, sobretudo, na Avenida dos Arrecifes e Enseada das Baleias sofreram uma supervalorização causada pelo robusto valor do Euro na época, atraindo compradores estrangeiros, principalmente os europeus. Essa supervalorização se alastrou ao oeste, nos terrenos da orla marítima na comunidade de Reduto e a leste do centro da cidade nas comunidades vizinhas, de Monte Alegre e São José, pertencentes ao município de Touros (RN). Os donos dessas propriedades logo aproveitaram a oportunidade promovida pela especulação imobiliária internacional para faturar. Rapidamente a configuração das propriedades mudou e iniciou-se o troca-troca de proprietários, girando

esses investimentos interesseiros até a crise financeira de 2009 que brecou o capital especulativo de outros países. Que legal!

O fato é que em um curto espaço de tempo as propriedades mais valorizadas do município passaram para a mão de estrangeiros. E não só o valor dos terrenos da orla marítima sofreu uma forte alta, mais também os das ruas paralelas e áreas periféricas. Vale lembrar que muitas dessas operações ocorrem sem o pagamento de nenhum único centavo de impostos aos cofres públicos, e outros tantos imóveis nem escritura possuíam. Graças a essa feira livre de imóveis superfaturados é possível encontrar hoje terrenos vendidos por até R\$ 410,00 o metro quadrado, e não é difícil encontrar na Av. dos Arrecifes as placas de For Sale (Vende-se), indicando o tipo de comprador desejado.

Outro fato é que estamos sobrevivendo bem a "invasão". O município se beneficiou da presença de instituições como IDEMA, UFRN, CNPq e Secretaria de Patrimônio da União (SPU), que juntamente com a Prefeitura Municipal de São Miguel do Gostoso e a comunidade, elaboraram o Plano Diretor em dezembro de 2008. No mesmo período, muitas famílias se mudaram para Gostoso, buscando um estilo de vida mais tranquilo, bem como os diversos pequenos comerciantes, proprietários de pousadas e restaurantes, que se estabeleceram de maneira séria no município e garantem, durante todo o ano, um conjunto expressivo de serviços frequentados não só pelos turistas, mas também pelos nativos e pessoas da região do Mato Grande e região Metropolitana de Natal.

Vale apenas lembrar: Não somos Pipa! Nem seremos!



Ricardo André R. C. da Silva é formado em Matemática (UERN), e pós-graduando em Gestão Pública Municipal (UFRN)