

Turismo no Alto da Sé: Olinda, Patrimônio e Musealização

Camilla Gomes, PPGDU-UFPE¹

Resumo

Este trabalho versa sobre as relações do Turismo Cultural com o Patrimônio, tanto na sociabilidade, entendida nas construções da identidade e memória coletiva, como na transformação dos significados do lugar e formas de apropriação do espaço, além das transformações físicas dos espaços histórico-turísticos, tendo como objeto de estudo o Alto da Sé, Olinda-PE. A partir de uma abordagem teórica e historiográfica de como esta problemática é entendida em diversos contextos no mundo, passando pelas metodologias mais diretas de análise do projeto de requalificação da Sé de Olinda, busca-se uma visão crítica sobre o fenômeno do Turismo Cultural nos espaços históricos e o entendimento deste complexo processo que engloba a patrimonialização e a musealização.

Palavras-chave: turismo cultural, patrimonialização, musealização, Olinda.

Tourism in Alto da Sé: Olinda, Cultural Heritage and Musealization

Abstract

This work talks about the impacts of the cultural tourism in its relation with cultural heritage, both on sociability, understood in the construction of identity and collective memory, and in the transformation of the meanings of the place and ways of spatial appropriation, besides the physical transformations of the historical-tourist spaces, having as a subject Alto da Sé, in Olinda-PE. From a theoretical and historical development in how this issue is understood in different contexts in the world, through the most direct methods of analysis of the redevelopment project of Sé, this work searches a critical view of the cultural tourism phenomenon in historical spaces and the understanding of this complex process that encompasses patrimonialization and musealization.

Keywords: cultural tourism, cultural heritage, musealization, Olinda.

1 Introdução

A título de apresentação do objeto de enfrentamento teórico-prático, a Sé de Olinda foi tomada como recorte empírico para a discussão da questão do Turismo Cultural e suas implicações no espaço histórico.

Em se tratando de um tema que vem sendo discutido desde os anos 1970, num contexto geral, a Carta Patrimonial do Turismo Cultural, de 1976, já aponta um ponto de partida para essa discussão, e no contexto local, é da década de 1970 as intervenções do Programa das Cidades Históricas, assim como o Plano de

¹ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Urbano (PPGDU) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), na linha de pesquisa *Conservação Integrada*. Bolsista de Mestrado do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).



Desenvolvimento Local Integrado, o PDLI (1973), espécie de primeiro Plano Diretor, que traz a diretriz do Turismo Cultural para o desenvolvimento da cidade:

A partir dos anos 70, inicia-se um novo processo de resgate ou redescobrimto do prestígio da cidade, desta feita, como “Polo do Turismo e Lazer da região Metropolitana do Recife”. Reconhecida sua vocação como Polo de Lazer e Turismo da EMR, identificada e justificada no PDLI (Plano de Desenvolvimento Local Integrado do Município de Olinda – 1973), enfatizada na atual administração, o fortalecimento dessa atividade passa a se constituir em diretrizes para o seu desenvolvimento. (OLINDA, 1992, p. 2)

Tal ‘vocação’ do lugar a ser polo de Turismo, como dito no PDLI, faz parte da problemática que levantamos, por se tratar de um lugar de valor patrimonial com uma complexidade de várias temporalidades históricas, que implicações teria ao ser transformado em polo de turismo e lazer?

1.1 Patrimônio como objeto de consumo

É importante destacar a ciência das dimensões econômicas existentes em qualquer atividade ou categoria na nossa sociedade capitalista. A problemática que se coloca é, mesmo sabendo da dimensão econômica de um objeto cultural, qual o limiar entre a existência dessa dimensão e sua transfiguração em produto de consumo?

Falar do patrimônio como mercadoria cultural significa ressaltar seu valor de troca, a partir da ampliação do espectro econômico dos seus valores de uso. O problema central dessa perspectiva não é a existência de uma dimensão econômica da cultura, mas a redução do valor cultural ao valor econômico, que poderia subsumir a natureza propriamente cultural do patrimônio, [...] (LEITE, 2007, p. 65)

Quanto o processo de transfiguração do patrimônio cultural em objeto de consumo está interferindo em sua significância cultural, e quais são as novas relações que se estabelecem nos espaços de sociabilidade entre o sujeito, que neste caso significa a ‘sociedade’ e o objeto, que constitui o ‘patrimônio’? Sabendo que o fato de o Estado, através de órgãos responsáveis pela proteção e gestão do patrimônio cultural, legitimar um objeto enquanto patrimônio, nos mais diversos níveis de significância cultural, não significa tornar aquilo patrimônio, porque este, em seu princípio, somente é de fato legitimado quando ocorre a experiência social, o estabelecimento de relações de memória e identidade, e a real apropriação do valor simbólico do patrimônio enquanto parte de uma identidade histórica e cultural.

Estaria a relação ‘sociedade-patrimônio’ condicionada pelas novas demandas econômicas da indústria cultural? Quando observamos que até mesmo o Patrimônio cultural é transmutado em ‘valor de troca’, de que forma as relações de identidade e memória estão sendo modificadas ou de alguma forma reduzidas a relações de mercado?

Efervescentes centros de comércio ou indelévels marcas espaciais de poder, os antigos núcleos urbanos e os destroçados estilos de vida respetivos constituem hoje os célebres “centros históricos” sobre que tanto se continua a escrever e a intervir. Lefebvre pressagia, com algum cinismo conforme a sugestão de Nietzsche, a conversão



inelutável destes lugares em produto de consumo para turistas ou visitantes suburbanos e não deixa de interrogar o que fazer com eles e com o espetáculo urbano que representam. (FORTUNA, 2012, p. 13)

A Carta Patrimonial de Turismo Cultural de 1976 expõe que “Esta forma de turismo justifica, de fato, os esforços que tal manutenção e proteção exigem da comunidade humana, devido aos benefícios socioculturais e econômicos que comporta para toda a população implicada.” (ICOMOS, 1976), o que defende a importância que o Turismo Cultural tem para o desenvolvimento ‘sustentável’ do patrimônio e até mesmo como ferramenta de intercâmbio cultural, além de ser fundamental para os esforços da conservação de uma área, agregando-lhe o tão central valor da sociedade pós-moderna: o valor econômico.

A complexidade da problemática passa por questões de ordem simbólica, de possível expropriação dos valores culturais, da genuinidade desse patrimônio, quando este passa a ser visto e planejado enquanto pacote turístico ou mercadoria cultural.

O processo deformado e vicioso de projetos culturais que tem como finalidade única o turismo máximo e, portanto, o lucro máximo dos empreendedores consiste na obsolescência tanto mais rápida quanto mais traumatizante dos bens culturais (PESTANA, 2015, p. 16)

Dada a problemática, veremos, ao longo do artigo, como tem sido a relação de Olinda patrimônio com o Turismo Cultural e tentar enxergar se existe esse tratamento e transfiguração dos valores patrimoniais em valores de mercado.

2 Olinda, Turismo Cultural e Patrimônio

A relação de Olinda com o turismo remete ao menos à década de 1970 com o Programa das Cidades Históricas, que restaurou diversos bens na Sé de Olinda. Entre 20 e 22 de novembro de 2014, Olinda sediou o primeiro Encontro Brasileiro das Cidades Históricas Turísticas e Patrimônio Mundial, evento que contou com a representação de pelo menos duzentas cidades brasileiras com algum tipo de tombamento federal, assim como com a presença da presidenta do IPHAN. Os sites da prefeitura de Olinda << <http://www.olinda.pe.gov.br> >>, do governo federal << <http://www.brasil.gov.br/turismo> >>, e da AMUPE << <http://www.amupe.org> >>, entre outros blogs, divulgaram e reiteraram o evento, com um discurso de alinhar ações e estratégias das políticas de desenvolvimento dessas cidades históricas com potencial turístico:

Entre os dias 20 e 22 de novembro, a Confederação Nacional de Municípios (CNM) promoverá o *Encontro Brasileiro das Cidades Históricas Turísticas e Patrimônio Mundial*, em Pernambuco. O evento que conta com o apoio da prefeitura de Olinda (PE) e parceria da Amupe, busca debater o conhecimento de políticas públicas na área, identificar boas práticas sobre as cidades históricas no Brasil e, ainda, construir uma agenda estratégica para a área (AMUPE, 2014).

Como resultado deste encontro, foi elaborada a Carta de Olinda, um documento com resoluções acerca do futuro das cidades históricas brasileiras no que diz respeito à estruturação de estratégias de desenvolvimento e captação de recursos: “[...] temos obrigatoriamente que alavancar o Turismo no Brasil, o que passa pela otimização na



gestão pública voltada aos atrativos turísticos, onde insere-se fortemente o Patrimônio Cultural Brasileiro” (CNM, 2014, p. 1). O presidente da Confederação Nacional de Municípios, a CNM, no site da própria organização, declara sua visão acerca das cidades históricas:

Os centros históricos desempenham papel de destaque na dinamização econômica, social, cultural e turística de uma localidade e por essa razão são núcleos com grande potencial para a geração de riquezas, trabalho e renda. O aproveitamento efetivo dessa potencialidade deve ser realizado a partir do estabelecimento de redes de cooperação entre governo, comunidade e iniciativa privada para a implantação de políticas públicas voltadas às ações de preservação, promoção e de integração com a cidade e com um processo de desenvolvimento local inclusivo e sustentável (ZIULKOSKI, 2016).

A nossa primeira percepção é a de como a cidade histórica é enxergada pela maquinaria turística: um objeto de grande potencial econômico, um espaço que, se não pode ser explorado pelo capital imobiliário e indústria da construção, deve ser explorado de outra maneira, através do Turismo Cultural, que, por sua vez, ainda se disfarça de forma de ‘desenvolvimento sustentável’, pois estaria ajudando a conservar os centros históricos através de manutenção e investimentos.

Para entender esse poder de atração que o objeto histórico tem para esse tipo de turismo, precisamos perceber que:

O património cultural também se entende como um “bem cultural” material ou imaterial, que tenta representar a identidade de um grupo humano. A superação da ideia de “monumento”, enquanto elemento patrimonial singularmente formoso e artístico, pela de “bem cultural”, converte o património cultural num símbolo de dada cultura, com potencialidades para rentabilizar socioeconómicamente o seu poder de atração sobre um turismo que poderíamos denominar cultural. Turismo esse que procura, consome ou sente curiosidade por conhecer, disfrutar ou contactar com o património cultural no seu contexto de activação (PEREIRO PÉREZ, 2003, p. 14)

O objeto histórico é então ‘símbolo de cultura’. A patrimonialidade deve ser lucrativa, afinal, já que tudo tem valor econômico na sociedade pós-moderna, o espaço e a titulação são também vistos como mercadorias. E esse é um dos motivos para tanta preocupação não só com os títulos, mas com a conservação dos espaços históricos. Percebemos hoje, em Olinda e no mundo, um discurso que justifica a conservação do património pelo potencial turístico que esse tem e pela valorização econômica que isso pode gerar: o património com valor capital.

De um modo geral, o interesse pela titulação [sobre os títulos de Patrimônio Mundial] representa preocupação mais econômica do que de preservação. Os projetos culturais buscam incentivar o turismo, através do marketing. O interesse é atrair mais turistas, com uma imensa produção de informativos, roteiros, vídeos, panfletos e sites relacionados às atividades de promoção turísticas. Isto redundando em uma política de património que transforma o sítio preservado em mero produto de consumo. (PESTANA, TIL, 2015, p. 12)

Para entendermos a essência dessa atividade que tem no património seu objeto de consumo, é importante perceber o desenvolvimento, sobretudo na pós-modernidade,

da sociedade do espetáculo, do consumo e do lazer, pela qual “[...] o *turismo cultural* dito de massa, está na origem da *expressão talvez mais significativa, a do público* dos monumentos históricos – aos grupos de iniciados, de especialistas e de eruditos sucedeu um grupo em escala mundial, uma audiência que se conta aos milhões” (CHOAY, 2001, p. 210). Essa multidão de turistas que invadem as cidades históricas, que, na realidade europeia, já constitui um problema de gestão e controle urbano, na nossa realidade cria e transforma nossos espaços para receber esses visitantes. O patrimônio foi transformado em produto de consumo, e é preciso discutir que riscos isso traz no âmbito da identidade e memória nos espaços históricos turísticos.

2.1 Turismo Cultural e a transformação dos lugares históricos

O entendimento da maquinaria turística implica entender as relações do poder público que, através de alguns programas de governo, aliado a interesses da indústria turística, fomenta transformações nos espaços históricos.

A exemplo, o Prodetur, Programa de Desenvolvimento do Turismo, que atua sobretudo na região Nordeste, é o programa que vai financiar obras de ‘reestruturação urbana do Alto da Sé de Olinda. Para nós é importante lembrar que o Turismo Cultural, enquanto atividade fomentada pelas políticas nacionais, é recente, e, num âmbito global, é no fim do século XX que vem se afirmar enquanto indústria (*mass tourism*). A partir disso, podemos tentar entender a transformação dos espaços, no nosso caso o espaço histórico, para se adequar às exigências e moldes dessa indústria. Sobre o Prodetur:

Interessante pontuar também que o objetivo geral do Programa passa a ser “melhorar a qualidade de vida da população que reside nos polos turísticos situados nos Estados participantes do Programa” ao invés de focalizar somente os investimentos relacionados à expansão turística, o que de fato teria resultado em maior exclusão social. É o que aconteceu no município de Porto Seguro, contemplando a primeira fase do programa, quando a atração de investimentos para os distritos de Trancoso e Arraial d’Ajuda acabou por gerar intenso movimento especulativo, resultando no deslocamento da população, que também aumentou por conta de movimentos migratórios para os “bairros novos”, atraídos pelas oportunidades de emprego geradas pelo turismo; (ARAÚJO, 2011, p. 106)

Sobre o caso de Porto Seguro, é importante perceber os efeitos que o turismo acarretou para a cidade histórica, promovendo forte especulação imobiliária e um tipo de ‘migração’ da população original, gerando ainda o surgimento de ‘bairros novos’.

Todo o sítio histórico encontra-se tombado, inclusive todas as áreas de expansão mais recente, além de loteamentos turísticos que se encontram dentro dos 3 km de largura ao longo da costa, nova poligonal decidida pelo Conselho Consultivo do Patrimônio Cultural, órgão colegiado vinculado ao Instituto. Observa-se, assim, que as áreas de expansão mais recentes, oriundas da especulação imobiliária causada pelo turismo, se inserem totalmente no perímetro tombado. A Cidade Alta e o porto estavam, originalmente, afastados por uma distância de 2 km. (IPHAN, 2014) (grifo nosso)

Esse fenômeno de transformação dos sítios históricos pode ocorrer de maneira advinda por um projeto de requalificação, pela questão do mercado imobiliário ou ainda pela questão da substituição dos usos e transformação do espaço histórico no âmbito de sua significância cultural. Todos esses são impactos nas relações de sociabilidade e não só, mas de construção de memória e identidade com o patrimônio cultural.

A *mass media* trata a cultura como mercadoria e, da mesma forma que a *gentrification*, orienta sua atuação para as demandas do mercado, cujos usuários são igualmente considerados consumidores. Tanto na indústria cultural como nas políticas urbanas de *gentrification*, os bens artísticos e o patrimônio cultural são tratados como mercadoria, sujeita à racionalidade econômica das trocas (LEITE, 2007, p. 69)

“Este fenômeno arrasta consigo um paradoxo, pois o turismo cultural pode provocar o esquecimento dos locais, da sua história, das suas vivências e dos seus problemas, logo não educaria nem explicaria nada, podendo o visitante cair numa visão distanciada e estereotipada.” (PEREIRO PÉREZ, 2003, p. 15). Os riscos que o Turismo Cultural pode trazer para a vivência das cidades-patrimônio são estrondosos se formos pensar nessas relações. A substituição de uma população originária por outra que tem maior poder aquisitivo para consumir aquele espaço que foi ‘maquiado e embelezado’ para ela é uma forma cruel de segregação sócio espacial chamada ‘gentrificação’.

Lembramos, por exemplo, a intervenção no Pelourinho, em Salvador, sítio urbano tombado pelo IPHAN e Patrimônio Mundial desde 1985. É um dos mais graves resultados de intervenção no patrimônio cultural, com a realização de um projeto de segregação da população, sobretudo de pobres e afrodescendentes, que foi direta ou indiretamente expulsa, mudando completamente as características do lugar. (PESTANA, TIL, 2015, p. 12)

Seja qual for a forma de intervenção, por projeto ou especulação imobiliária, ou ainda pelas mudanças de uso que o Turismo Cultural provoca, existe impactos na dinâmica da cidade e nas relações que as pessoas têm com o lugar, mesmo que seja de forma sutil. O caso de Salvador é emblemático porque teve um impacto muito negativo para a população que residia o centro histórico e também porque aconteceu de maneira abrupta, sem cuidados mínimos que um projeto de tal complexidade precisa levar em conta.

Por exemplo, no CHS, essa investigação encontrou dados que mostram que a população mais humilde foi marginalizada, e para o seu lugar vieram usufruir dos investimentos públicos, os que estavam fora, os que não construíram o CHS como atrativo turístico. E, passados mais de uma década dessa transformação de uso do espaço, a maior parte já deixou os casarões sem nenhuma manutenção, e desses uma parcela significativa encerrou os seus negócios. A população que foi alijada de viver ali, de participar e de usufruir ainda permanece a espera de reflexos econômico e social dos volumosos investimentos despendidos na revitalização do CHS. (GIRARDI, 2007, p. 171)

É com a preocupação de se adequar às demandas dessa indústria do Turismo Cultural que muitas áreas históricas sofrem processos de transformação, tanto físico quanto simbólico, para oferecer a infraestrutura requerida por essa atividade. É claro que não é em si a atividade turística, mas todos os processos que ocorrem em paralelo, desde uma legislação que fomenta usos como pousadas, restaurantes, museus etc. em detrimento a usos do cotidiano, como padarias, farmácias, faculdades etc. até as políticas públicas de gestão do patrimônio que estão entregues a esse discurso de que o Turismo Cultural é uma atividade 'sustentável' para o desenvolvimento das cidades históricas, e não se discute o que tem por trás desse discurso que não nega ver o patrimônio como essa mina a ser explorada.

É sobretudo sobre a esfera simbólica que acontece o maior impacto dessas transformações, não só no caso da *gentrificação* propriamente dita, mas também no caso de uma área, como é o Alto da Sé, 'turistificada' (que tem seus usos voltados para o turista), pois é na relação das pessoas com o lugar que se constitui a questão do reconhecimento do patrimônio e sua valorização, até chegar na questão da significância cultural. Esta é a maior questão de toda essa discussão dos impactos do Turismo Cultural, é no princípio da relação das pessoas com o patrimônio. A descrição do cartum abaixo exemplifica bem a sutileza da problemática relação:

Trata-se de um cartum publicado há muito tempo numa revista francesa, provavelmente Paris-Match. No interior de uma catedral gótica, ambiente hierático, imerso numa penumbra cheia de dignidade e vida interior, encontra-se uma velhinha, ajoelhada diante do altar mor, concentrada em oração. Atrás dela, um semicírculo de turistas, todos eles japoneses (a cena se passa provavelmente em meados da década de 70, quando os japoneses invadem turística e economicamente a Europa). Do magote destaca-se um guia francês, que coloca a mão no ombro da anciã e lhe diz: - "Minha senhora, a senhora está perturbando a visitaçãõ" (MENEZES, 1997, p. 63).

Quando comparamos a relação que um turista estabelece com o lugar e a relação de quem constitui aquele lugar todos os dias, percebemos que quem constitui o patrimônio é quem o constrói simbolicamente enquanto memória, enquanto vivência, enquanto identidade. E por que a própria gestão patrimonial não tem essa percepção sutil? Bem, talvez tenha, mas talvez seja também vítima do sistema que transforma tudo em objeto de consumo e onde o valor mais importante é o valor econômico.

Tanto a indústria cultural quanto os projetos de requalificação dos espaços históricos estão relacionados com as políticas de gestão do patrimônio e as estratégias de 'venda da cidade', tanto do setor imobiliário quanto do setor turístico, de tal forma que vemos que os próprios gestores patrimoniais estão em comum acordo com a iniciativa privada, fomentando esses projetos e cada vez mais transformando o patrimônio, material e imaterial, nessa mercadoria cultural, seja pelo viés da espetacularização da cultura ou pelo consumo dos espaços.

As estratégias de desenvolvimento nos sítios urbanos preservados, especialmente, através da exploração turística, de um modo geral, empurram os moradores para as áreas periféricas, descaracterizando, inclusive a área de entorno. Em Ouro Preto, exemplo emblemático das dificuldades de preservação no Brasil, as demandas turísticas fizeram com que muitos dos moradores antigos do Centro vendessem ou alugassem seus imóveis para o uso



turístico. As consequências disso é a alteração do significado do patrimônio cultural para a população local e o esvaziamento do valor simbólico da memória social. (PESTANA, TIL, 2015, p. 13)

Ouro Preto passou por um processo que não é por um projeto de requalificação, necessariamente, mas pela própria exploração turística. As estratégias de gestão patrimonial se rendem às demandas turísticas e muitas vezes utilizam esse mesmo discurso para catalisar investimentos e fomentar a divulgação da cidade patrimônio. Isso causa impactos talvez não muito discutidos, porém que mexem na questão da significância cultural, por afetar a questão da valorização do patrimônio e da memória social.

3 Sé de Olinda dentro do Complexo Turístico Cultural

Vimos no item anterior a delicada relação entre desenvolvimento turístico e desenvolvimento local em lugares de valor patrimonial.

Por outro lado, a Carta Patrimonial de Turismo Cultural de 1976 defende que “O turismo cultural é aquela forma de turismo que tem por objetivo, entre outros fins, o conhecimento de monumentos e sítios histórico-artísticos. Exerce um efeito realmente positivo sobre estes tanto quanto contribui – para satisfazer seus próprios fins – a sua manutenção e proteção.” ICOMOS, 1976.

Seria, então, nossa hipótese de que o turismo tem impactos negativos sobre o patrimônio uma visão pessimista? De que forma o Alto da Sé nos ajuda a entender esse processo?

Para tanto, neste item, analisaremos o projeto do Complexo Cultural Recife Olinda e o projeto de Reestruturação urbana do Alto da Sé para entender em que medida acontecem transformações do espaço histórico em favor da demanda turística.

Trataremos a priori do Complexo, um projeto desenvolvido numa parceria das prefeituras da Região Metropolitana do Recife com a FIDEM, em diálogo com as estratégias de promoção do Turismo Cultural como produto cultural.

Em seguida, temos a análise do projeto de reestruturação urbana do Alto da Sé, possibilitada pela pesquisa em arquivo do IPHAN. Desenvolvido pela empresa GRAU – Grupo de Arquitetura e Urbanismo, sob responsabilidade técnica dos arquitetos Ronaldo L’Amour e Felipe Campelo.

3.1 Complexo Turístico Cultural Recife Olinda, 2003

O projeto do Complexo Turístico Cultural Recife-Olinda tem, nas palavras de seus promotores, uma abordagem do “planejamento ‘integrado’”, entendido como aquele que possibilita a articulação entre as dimensões territoriais, turístico-cultural e socioeconômica (ver figura 1).

REDE CULTURAL

Baseado numa abordagem de planejamento integrado, considerando simultaneamente as dimensões territorial, turístico-cultural e socioeconômica, o *Plano do Complexo Turístico Cultural Recife/Olinda*:

- Articula e integra políticas, programas, projetos e ações.
- Define intervenções prioritárias.
- Indica novos usos e novas atividades para a área.
- Estabelece circuitos entre quatro territórios: Olinda, Tacaruna, Recife e Brasília Teimosa.
- Propõe um modelo de gestão compartilhada entre os entes federados.

Em cada um desses territórios, identifica núcleos e estabelece conexões entre eles. Cada núcleo é constituído de um equipamento-âncora e equipamentos secundários a partir dos quais se desenvolve um processo de requalificação urbana e de valorização cultural, estimulando o turismo cultural e as atividades comerciais e de serviços do entorno.

Fig. 1 – Rede Cultural

Fonte: Complexo Turístico Cultural Recife Olinda, 2003, p. 24

É importante compreender como o desdobramento dessas estratégias de “desenvolvimento integrado” advém de políticas públicas e de programas do Governo, como no caso da Metrópole Estratégica. Podemos citar alguns exemplos dos programas: Monumenta, Prodetur, Prometrópole, Porto Digital e Habitar Brasil. Isso nos aponta como a questão patrimonial é sensível no que diz respeito a decisões e tratamento das áreas históricas, que estão sempre sujeitas a políticas e diretrizes, muitas vezes também aliadas à iniciativa privada, que querem adequar, no pretexto de desenvolver, os espaços históricos, continentes de valores e significados subjetivos relacionados a cultura e a memória de um povo.

Esse projeto foi financiado pelo Prodetur (Programa de Desenvolvimento do Turismo), que tem como diretrizes “recuperar o patrimônio histórico-cultural-paisagístico e os espaços urbanos estratégicos” para aumentar a permanência e consequente gasto dos turistas, e criar ambiente favorável aos ‘investimentos privados’, e, dessa forma, melhorar a qualidade de vida das populações residentes nas áreas beneficiadas, por mais que esse discurso pareça contraditório.

“Prodetur – Programa de Desenvolvimento do Turismo, que visa a expansão e melhoria da atividade turística e da qualidade de vida das populações residentes nas

áreas beneficiadas. Tem como diretrizes: elevar o gasto e o tempo de permanência dos turistas, promover a gestão ambiental sustentável, modernizar a estrutura administrativa municipal e sua gestão, criar ambiente favorável aos investimentos privados, preservar o acervo natural e recuperar o patrimônio histórico-cultural-paisagístico e os espaços urbanos estratégicos. É um programa do Ministério do Turismo financiado com recursos do BID e contrapartida local, tendo o Banco do Nordeste como órgão executor. No Recife e em Olinda, suas ações estão concentradas na área do Complexo. (Investimento: R\$ 17.650.000,00.) ” (Complexo Cultural Recife Olinda)

Nesse contexto, o projeto do *Complexo Turístico Cultural Recife Olinda* se põe como mote da estratégia de tornar esse patrimônio apto a ser explorado pela indústria do Turismo Cultural, identificando e desenvolvendo circuitos, roteiros, incentivando usos ou até mesmo projetos de requalificação dos espaços históricos.

Dentro do território Olinda, identificam-se cinco núcleos, que, segundo a proposta de ‘Rede Cultural’ possuem equipamentos a partir dos quais se desenvolve um processo de ‘requalificação urbana e valorização cultural’, estimulando o turismo, o comércio e serviços.



Fig. 2 – Território Olinda

Fonte: Complexo Turístico Cultural Recife Olinda, 2003

No Alto da Sé, vemos o discurso de implementação do projeto de Requalificação justificando o aproveitamento do potencial turístico. Abaixo vemos os objetivos do projeto e os investimentos realizados em cada ponto:

“Os investimentos para a Sé visam o aproveitamento do potencial turístico e cultural, com a criação de um conjunto com mirante, mercado de artesanato e elevador panorâmico. Já foram realizadas a restauração do Observatório, o estacionamento do Largo da Conceição e a Iluminação cênica da Igreja da Sé. O projeto é dividido em três etapas e conta com recursos da ordem de R\$ 4.000.000,00 do *Prodetur NE-II*/Prefeitura Municipal de Olinda.

- Construção do Mercado de Artesanato do Alto da Sé

Construção do mercado de artesanato descortinando o Horto del Rey, um dos primeiros jardins botânicos do País. Reforma do calçamento da Praça e relocação das tapioqueiras (Ação prevista / *Prodetur NE-II*/Prefeitura Municipal de Olinda/Investimento: R\$ 330.000,00)

- Restauração do Edifício da Caixa d’água

Instalação de um elevador panorâmico no edifício e criação de mirante com vista da cidade em 360 graus (Ação prevista / *Prodetur NE-II*/Prefeitura Municipal de Olinda/Investimento: R\$ 900.000,00)

- Tratamento Urbanístico do Alto da Sé

Tratamento urbanístico e paisagístico da área aberta em frente ao edifício da Academia Santa Gertrudes/ Igreja da Misericórdia (Ação prevista / *Prodetur NE-II*/Prefeitura Municipal de Olinda/Investimento: R\$ 2.770.000,00) ”

No projeto de reestruturação urbana do Alto da Sé, desenvolvido pela empresa GRAU, fala-se de como o ‘incremento turístico’ foi condição *sine qua non* neste processo de dinamização e transformação dos usos e atividades na colina da Sé, mostrando também como os usos começaram a se voltar para atender a demanda específica do turismo, e a transformação no espaço ocorre não só no seu aspecto físico, mas funcional e simbólico.

O principal discurso da análise desenvolvida pelo projeto é para justificar a intervenção urbanística devido ao crescimento do comércio informal “em função do aumento da demanda turística para o Alto da Sé, um dos principais pontos de visitação da Região Metropolitana do Recife. Este incremento do número de visitantes tem gerado um evidente conflito entre as atividades de comércio desenvolvidas no espaço público e o desenho existente no lugar.” (GRAU, 2009, p. 13) O projeto aparece então como essa iniciativa de resolução do espaço conflitante, em função da demanda turística.

A figura 3 mostra a proposta do projeto, tendo como principais destaques:





Fig. 3 – Mapa da Proposta no Projeto de Reestruturação Urbana do Alto da Sé, GRAU

Fonte: Arquivo do IPHAN

De acordo com a legenda:

- 1- A colocação do elevador panorâmico para transformar a caixa d'água em mirante;
- 2- A realocação dos comerciantes locais para criar um belvedere para o Horto del Rey;
- 3- A criação de um Mercado de Artesanato, para os comerciantes realocados;
- 4- Remodelação do desenho urbano da praça, dando espaço para o que seria a praça de alimentação do Alto da Sé;

Ao analisarmos a proposta, podemos identificar essas quatro intenções no projeto. Interessante observar como os usos e ocupação do solo neste recorte urbanístico se voltam para a demanda turística, mesmo antes do projeto, que, digamos, foi uma adaptação às necessidades já apresentadas pelo processo de turistificação do Alto da Sé.

Com isso, temos que o projeto de reestruturação urbana do Alto da Sé, financiado pela Prodetur, marcou a história urbana de Olinda pela perspectiva da indústria turística, buscando adaptar o espaço a tais demandas contemporâneas, reforçando uma situação já encontrada no momento de sua elaboração, a de uma a Sé como 'centro turístico', um dos principais pontos de visitação da RMR. A Sé poderia se enquadrar nas palavras de Silva: "São os novos locais de culto, que se alimentam de mitos de bem-estar material, de ócio e de consumismo, fabricados por uma civilização hiper-real que constrói cenários ilusórios porque tem necessidade do imaginário histórico." (SILVA, 2000, p. 221)

4 Considerações Finais

Num entendimento da problemática da transfiguração de valores patrimoniais em valores de mercado, passando pela análise de como isso acontece em Olinda e tendo a referência de como isso aconteceu em outras cidades brasileiras, podemos ter a conclusão que esse processo que vai além da nossa temática é característico dessa Espetáculo, no nosso caso, em particular, do espetáculo urbano, do patrimônio urbano convertido em produto turístico.

Como resultado prático, ou seja, efeito socioeconômico direto dessas práticas patrimoniais, arbitrarias ou não, manifesta-se nos espaços patrimoniais das cidades históricas – tombados e convertidos em centros turísticos – o surgimento de uma rede organizada, formal ou informal, de cunho comercial, composta por empreendimentos como meios de hospedagem, praças de alimentação, varejo, entretenimento, animação e lazer. Neste caso, convertendo o patrimônio cultural em produto turístico de atrativo *máster* (FIGUEIRA, 2015, p. 269).

A inferência dessa transformação em função da demanda turística é um indicativo de que Olinda não está ilesa a este grande processo que ocorre em toda e qualquer cidade histórica, como vimos, mas, em contrapartida, também podemos afirmar que

Olinda não passou pelo mesmo processo das outras cidades que citamos no segundo ítem. Ainda! Esse é o ponto a que queremos chegar: deixar sob atenção essa problemática, para que em projetos culturais ou de requalificação, sejam considerados esses pontos, enquanto impactos de um turismo desmedidamente incentivado: “A cultura, o passado e o património não se vendem nem se compram e se se venderem ou comprarem, todo o sentido último subjacente à expressão cultural dos povos será expropriado” (SILVA, 2000, p. 221). Este é o sentido principal desde trabalho: alertar para esse processo que tende a tratar o patrimônio cultural enquanto mercadoria, e alertar para os riscos de esvaziamento de sentido, de perda de identidade etc. Para que não se perca nem se exproprie o sentido primeiro de patrimônio cultural da humanidade, de referência da cultura de um povo e de uma história que constitui identidade e memória dos olindenses.

É marcante que tenha acontecido em Florença o lançamento de um manifesto chamado “Por um outro turismo de diálogo intercultural: um turismo baseado em valores e não somente no consumo de serviços” (Del Bianco, 2007), ressaltando que:

Deve haver um planejamento focado nos limites e condições para um desenvolvimento sustentável, porque as cidades não são capazes de suportar o crescimento contínuo do fluxo turístico sem fazer com que seus cidadãos sofram. Em outras palavras, se o desenvolvimento sustentável não for perseguido, os moradores correm o risco de ver os turistas como elementos negativos para si e para a cidade, ao invés que elemento de riqueza. Ao perseguir os interesses de cidadãos e visitantes, assim como aqueles do futuro das cidades históricas, a missão de cada sistema urbano deve ser definida de modo a mostrar os limites do desenvolvimento possível. Deste modo, as cidades não mais irão lentamente se tornar museus para os visitantes, cidades que deixam de existir porque não pertencem mais aos seus moradores (FOUNDAZIONE DEL BIANCO, 2009 apud MONTEIRO, 2012, p. 258)

Entendendo esse manifesto como sendo contrário à ‘musealização’ das cidades patrimônio, lancemos este mesmo manifesto à realidade de Olinda, e também às outras cidades brasileiras histórico-turísticas: por um Turismo Cultural sustentável. Retomando o cartum citado acima: por um turismo que não transforme a catedral num museu e a velhinha num atrapalho, mas que se harmonize à dinâmica local sem causar impactos na construção dos sentidos, das identidades e memória coletiva. Desafio possível? Não sabemos. Mas entendemos que o arquiteto e urbanista deve ser agente importante nessa reflexão, primando pela inserção de questões outras na dinâmica turística, como o diálogo com a identidade e memória do lugar.

Referências

AMUPE. Cidades Históricas será tema de evento nacional em Pernambuco. **amupe.org**, 2014. Disponível em: <<http://www.amupe.org/cidadescnm-historicas-sera-tema-de-evento-nacional-em-pernambuco/>>. Acesso em: 10 Fevereiro 2016.

ARAÚJO, C. P. D. Tese de Doutorado. In: ARAÚJO, C. P. D. **Terra a vista! O litoral brasileiro na mira dos empreendimentos turísticos imobiliários**. São Paulo: CDU, 2011. p. 368.



- CHOAY, F. **A Alegoria do Patrimônio**. São Paulo: UNESP, 2001.
- CNM. **Carta de Olinda**. Encontro Brasileiro das Cidades Históricas Turísticas e Patrimônio Mundial. Olinda: [s.n.]. 2014.
- FIGUEIRA, M. C. Patrimônio Cultural da Humanidade e Mercado Turístico: O Bairro Histórico de Colônia de Sacramento, Uruguai. **Patrimônio e Memória**, São Paulo, 11, janeiro-junho 2015. 262-282.
- FORTUNA, C. Apresentação. In: LEFEBVRE, H. **O Direito à Cidade**. Coimbra: Estúdio Lisboa, 2012. p. 5-14.
- GIRARDI, M. J. [Dissertação de Mestrado]. In: _____ **Cultura e turismo: o roteiro turístico no Centro Histórico de Salvador: o Pelourinho**. Salvador: Sistema de Bibliotecas UFBA, 2007.
- GRAU, G. D. A. E. U. Diagnóstico da Situação Existente. In: GRAU, G. D. A. E. U. **Reestruturação Urbana do Alto da Sé**. Olinda: Plantas diversas, 2009.
- ICOMOS. **Carta de Turismo Cultural**. Seminário de Turismo Cultural. Novembro de 1976. Disponível em <<
<http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Carta%20de%20Turismo%20Cultural%201976.pdf>>> Acesso em: 24 de fevereiro de 2016
- IPHAN. Porto Seguro (BA). **Portal do IPHAN**, 2014. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/117>>. Acesso em: 27 Fev 2016.
- LEITE, R. P. **Contra-usos da cidade: Lugares e espaço público na experiência urbana contemporânea**. 2ª. ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 2007.
- MENEZES, U. T. B. D. Tempo e Modernidade. **Mediações**, Londrina, n. Especial, p. 57-68, 1997.
- MONTEIRO, C. Turismo e Conservação. In: LACERDA, N.; ZANCHETI, S. **Plano de Gestão da Conservação Urbana: Conceitos e Métodos**. Olinda: Centro de Estudos Avançados da Conservação Integrada, CECI, 2012. Cap. 17, p. 244-261.
- OLINDA. **Legislação Urbanística do Sítio Histórico de Olinda**. Prefeitura de Olinda. Olinda, p. 47. 1992.
- PEREIRO PÉREZ, Xerardo. “**Patrimonialização e transformação das identidades culturais**”, em Portela, J. e Castro Caldas, J. (coords.): Portugal Chão. Oeiras: Celta editora, pp. 231-247, 2003.
- PESTANA, TIL. Artigo: **Sobre o Tema da Gestão do Patrimônio Cultural**, 3 Set 2015. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/3259/artigo-sobre-o-tema-da-gestao-do-patrimonio-cultural>>. Acesso em: 28 Fev 2016.
- RECIFE, P. D. Complexo Turístico Cultural Recife Olinda. **Prefeitura do Recife/Secretaria de Cultura**, Recife, 2003. ISSN ISBN. Disponível em: <<http://www.recife.pe.gov.br/pr/seccultura/concursorecifeolinda/briefing.pdf>>. Acesso em: 16 Abril 2016.
- SILVA, E. P. D. Patrimônio e Identidade. Os Desafios do Turismo Cultural. **ANTROPOIÓgicas**, Lisboa, 2000. 218-224.



ZIULKOSKI, P. Palavra do Presidente. **cidadeshistoricas.cnm.org.br**, 2016.
Disponível em: <<http://www.cidadeshistoricas.cnm.org.br/palavra-presidente.php>>.
Acesso em: 10 fev. 2016.