

A Espetacularização Turística do Patrimônio Cultural da Humanidade: o Bairro Histórico de Colônia do Sacramento, Uruguai

The Tourist Spectacularization of World Cultural Heritage: the Historic Quarter of the City of Colonia del Sacramento, Uruguay

Michel Constantino Figueira*

Resumo: A gestão dos bens culturais, patrimonializados por ações administrativas do Estado, e sua representação espetacular no espaço turístico das cidades históricas é o objeto central do presente trabalho. Analisar-se-á o processo de transformação do conjunto material edificado Bairro Histórico da cidade de Colônia do Sacramento, Uruguai, Patrimônio Cultural da Humanidade, em núcleo de espetáculo turístico-cultural que atrai visitantes ansiosos pelo contato sensorial e experiencial com o passado. Através de uma discussão teórico-crítica, sobre a dinâmica das ações e atividades desenvolvidas no local, apresentar-se-á, aqui, os resultados da dimensão espetacular local associada a práticas, serviços e produtos desenvolvidos e oferecidos no Bairro, os quais projetam a espetacularização como objeto central da experiência de visitação (teatralização, colorização, interpretação interativa, comércio de souvenirs e promoção de experiências sensoriais). Investigar e debater teoricamente essa realidade nos permite compor um conjunto de resultados críticos acerca da ressignificação simbólica do patrimônio visto, diante da imagem projetada em torno do passado, como mercadoria alegorizada para o consumo turístico.

Palavras-chave: Patrimônio Cultural. Políticas de Conservação. Turismo. Espetacularização

Abstract: The management of cultural references, converted in heritage through administrative actions by the State, and its spectacular representation in the tourist space of historic cities is the central object of the present work. Here, will be analyzed the process of transformation of the material set built Historic Quarter of the City of Colonia del Sacramento, Uruguay, World Cultural Heritage, into core of tourist-cultural spectacle that attracts eager visitors for sensory and experiential contact with the past. Through a theoretical and critical discussion about the dynamics of actions and activities developed at the site, will present itself here, the results of the local spectacular dimension associated with practices, services and products developed and offered in the Historic Quarter, which project the spectacle as the central object of the visitation experience (dramatization, colorization, interactive interpretation, souvenirs stores and promotion of sensory experiences). Investigate and discuss theoretically this reality allows us to compose a set of critical results about symbolic redefinition of heritage seen, in front of the projected image around in the past, as allegorized goods for tourist consumption.

Keywords: Cultural Heritage. Conservation Policies. Tourism. Spectacularization.

1. Introdução

O desenvolvimento de estudos sobre a espetacularização turística de bens culturais patrimonializados (tombados, restaurados), é um viés pouco explorado em investigações nas áreas do patrimônio e do turismo. A transformação turística do patrimônio cultural em capital “espetacular” reflete uma irrealidade do que parece real em torno do consumo de uma imagem patrimonial alegorizada.

* Mestre e Doutorando em Memória Social e Patrimônio Cultural pela Universidade Federal de Pelotas - UFPel. Professor do Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria da UFPel. michelhotelariaufpel@hotmail.com

Na transformação espetacular do patrimônio em atrativo turístico manifestam-se ações que estimulam a contemplação daquele por meio da tematização do espaço. Esse processo é conduzido através do uso de imagens, sons, entre outras práticas focadas na sensorial “experimentação do passado”, agora transformado em mercadoria para o deleite de visitantes ávidos pelo contato com o bem singular e protegido, que irradia este passado no presente. Sua sedução resulta não apenas pela sua embalagem temática, mas pelo próprio reconhecimento como bem de importância cultural, memorial e científica, carregado de valor simbólico que justifica sua proteção, sua preservação, sua conservação e sua promoção.

O objetivo geral deste trabalho é avaliar o processo de espetacularização turística do Bairro Histórico de Colônia do Sacramento, Uruguai. Busca-se, ainda, atingir os seguintes objetivos específicos: analisar as estratégias de ativação espetacular do patrimônio com foco nos visitantes locais; identificar os espetáculos criados no processo de contato entre visitante e patrimônio; identificar os usos do patrimônio no processo de tematização e práticas comerciais por parte de empresas locais; e, por fim, avaliar o incentivo à espetacularização turística do patrimônio nas ações de promoção turístico-cultural local.

A metodologia empregada na elaboração desse trabalho divide-se em pesquisa teórica (bibliográfica e documental) e pesquisa de campo com observação direta do objeto investigado. Do ponto de vista teórico, analisaram-se livros, revistas, artigos científicos, planos de gestão, textos em folhetos, entre outras produções técnico-científicas que destacam temas pertinentes ao trabalho. Já, na pesquisa de campo, investigou-se e participou-se de atividades turístico-culturais-comerciais desenvolvidas no local (bares, restaurantes e similares; meios de hospedagens; museus; lojas souvenirs e tendas de artesanato), implicando em presença no local, em diversas ocasiões, no ano de 2013. Durante essas atividades, registraram-se imagens fotográficas de modo a amparar visualmente o trabalho desenvolvido.

Esse artigo é resultado do projeto de investigação *Espetacularização Turística do Patrimônio Cultural: um olhar sobre as Cidades do Prata, América do Sul* desenvolvido, em 2013, nos seguintes grupos de Pesquisa: *Urbanização e Formação de Territórios no Urbano* junto ao Laboratório de Estudos Urbanos e Regionais da Universidade Federal de Pelotas (LEUR – UFPel); e *Patrimônio e Cidade*, Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural da Universidade Federal de Pelotas.

2. Espetacularização turística do patrimônio cultural

Como conceito direto, identifica-se que “o termo espetáculo, com sua raiz *specs*, de olhar, vem do latim que significa, basicamente, tudo o que chama a atenção, atrai e prende o olhar” (CARVALHO, 2010, p. 47).

Espectáculo, espetacular e espetacularização são expressões que se confundem. Espetacularização, por exemplo, é uma ação de transformação de algo em espetáculo. Segundo Guy Debord (1997), o que chamamos de *espetáculo*, em uma compressão de sua totalidade,

É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e no seu corolário – o consumo. A forma e o conteúdo do espetáculo são a justificação total das condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo é também a presença permanente dessa justificação, enquanto ocupação principal do tempo vivido fora da produção moderna (DEBORD, 1997, p.16).

Quando Carvalho (2010) destaca o *espetáculo* como algo que “prende o olhar” e Debord (1997) o considera como “uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens”, ambos enfatizam a noção do espetáculo como algo vivido em um tempo de representação, sobretudo associado a modernas técnicas de produção (CARVALHO, 2010; DEBORD, 1997, p.14). Inclui-se, nessas técnicas de mediação das imagens, o “monopólio da aparência” e o “império da passividade moderna” como condicionantes de práticas sociais espetacularizadas (DEBORD; 1997, p.17). Ou seja, “considerado segundo os seus próprios termos, o espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda a vida humana, socialmente falando, como simples aparência” (DEBORD, 1997, p.17).

Esses condicionantes sociais, a partir da espetacularização, transformam todos os elementos da vida em mercadoria para justificar uma vida espetacular. Isto fomenta uma projeção ilusória da vida em um “tempo espetacular”, um “tempo mercadoria” (DEBORD, 1997). Além disso, é necessário ressaltar que o *espetáculo* é o fundamento da perspectiva do desenvolvimento acima de tudo, sendo assim um aliado da economia (DEBORD, 1997). E é no espaço das cidades – onde quadros sociais são espetacularizados pela produção da imagem urbana e onde as trocas comerciais capitalizam ao máximo a vida social – que o *espetáculo* atinge o seu ápice.

2.1 Espetacularização das cidades, patrimônio cultural e passado

No que tange a espetacularização da vida e do tempo no espaço das cidades, Teobaldo (2010) explica que as mudanças surgidas da globalização afetaram a vida urbana, onde as opções de lazer e cultura seguem lógicas mercadológicas perpassadas “pelas políticas de renovação do espaço urbano e de image-making que procuram inventar a cidade, dotando-a de nova identidade a ser explorada pelo “city-marketing” (TEOBALDO, 2010, p.137). Ou seja, atualmente, as cidades vivem um tipo de “triumfo da imagem” (TEOBALDO, 2010, p.137).

Esse “triumfo” exige da cidade o planejamento, a criação e o controle de cenografias urbanas que atraem investidores internacionais, transformando cenicamente a mesma, projetando as chamadas “cidades-espetáculo”, um “pastiche”, uma “cidade-parque-temático”, tais como as ações desenvolvidas na projeção e gestão dos chamados “centros históricos” (JACQUES, 2003, p.2).

A própria patrimonialização, por exemplo, – como ato de transformação de um bem, material ou imaterial, em patrimônio cultural – é uma espetacularização cenográfica, sobretudo por “tombar”, “restaurar”, “valorizar” e “estetizar” esse bem. O tombamento de um bem cultural como patrimônio da humanidade, por exemplo, conduzido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - UNESCO, com o apoio dos Estados Nacionais, considera como justificativa dessa prática, o fato dos bens culturais possuírem um “valor universal excepcional do ponto de vista histórico, estético, etnológico” (BARRETTO, 2007, p.116).

Essa valorização tende a projetar, ainda, uma cenografia temática no espaço das cidades, conduzindo políticas de inserção das mesmas nas economias globais, gerando sobre elas um campo de capitalização da vida local, transformando o patrimônio urbano em espaço comercial como estratégia de marketing e desenvolvimento: “hoje, há um momento de crise da própria noção de cidade, que se torna visível principalmente através das ideias de não-cidade: seja por congelamento - cidade-museu – e patrimonialização desenfreada” (JACQUES, 2003, p. 2). Essa prática atende clara e evidentemente os interesses do mercado, pois envolvem grandes práticas arquitetônicas e projetos urbanos que costumam intervir sobre o espaço, reproduzindo a lógica de produção capitalista (TEOBALDO, 2010).

Sobre a ótica evolucionista dessa prática de associar patrimonialização e espetáculo, Funari e Pelegrini destacam que nos anos 1990, “ações pelo patrimônio tornaram-se veículos de propaganda empresarial que, não raro, espetacularizavam o

patrimônio, tornando-o como ‘produto cultural’” (FUNARI; PELEGRINI, 2009, p.50). Com o tempo, essas práticas arquitetônicas e urbanas, sobre os bens culturais edificados e monumentos históricos, traduziram-se, globalmente, em uma “reflexividade patrimonial”, a qual estimula a patrimonialização excessiva, levando ao exibicionismo massivo dos espaços agora espetacularizados (JEUDY, 2005).

Desse modo, entende-se que a patrimonialização, como prática decisiva ao desenvolvimento do espetáculo urbano, produz uma realidade espetacular sobre a memória coletiva impressa nos bens historicamente resultantes de determinada esfera cultural. Com práticas patrimoniais, os lugares passam a expressar-se como espetáculos *per se*: “se forme ainsi l’image ponctuelle de la substance historique d’une société toujours définie par son ancrage spatiotemporel et par les cadres de mémoire collective et que se donne à voir comme réalité ‘spectaculaire’” (LAMY, 2012, p.129).

O uso da imagem patrimonial para o desenvolvimento urbano espetacular está condicionado ao fato do patrimônio servir como um testemunho do tempo. E é no espaço sacralizado por medidas administrativas de proteção, preservação e valorização dos bens que representam o passado – visto como a base da sociedade espetacularizada por Debord, 1997 – que o nível de espetacularização atinge seu auge: “no tempo espetacular o passado domina o presente” (DEBORD, 1997, p.99).

2.2 Espetacularização patrimonial, passado e indústria turístico-cultural

Segundo a pesquisadora uruguaia, Margarita Barretto (2007) “o monumento, ou cidade, tombado, transforma-se, quase de imediato, numa atração turística” (BARRETTO, 2007, p.121). Isto, porque, o turismo se manifesta como o resultado prático dos movimentos cíclicos que também fazem parte da espetacularização da vida urbana e seus afastamentos sociais. Nesse caso, esse fenômeno sociocultural do deslocamento, o turismo, representa um bloco de “tempo-mercadoria”, “tempo-espetacular”, totalmente equipado no espaço capitalista onde, através da economia dos serviços e das recriações, tudo está incluído para o “habitat espetacular”, sobretudo durante o período das férias (DEBORD, 1997).

Ainda no caso das férias, há para os turistas um período de consumo de um tempo pseudocíclico repleto de imagens espetaculares de lugares já banalizados: “subproduto da circulação das mercadorias, a circulação humana considerada como consumo, o turismo, reduz-se fundamentalmente a distração de ir ver o que já se tornou banal” (DEBORD, 1997, p.103).

O Geógrafo Anderson Portuguese considera que o turismo é uma prática social espetacular projetada numa realidade “temporoespacial do consumo” (PORTUGUEZ, 2001). Este consumo está associado a signos de uma realização de “sonhos e desejos em lugares específicos, lidando com a satisfação momentânea dos indivíduos” (PORTUGUEZ, 2001, p.7).

Com isso, observa-se, segundo a teoria, que o despertar turístico dos destinos está associado ao despertar da imagem dos lugares, por influência da mídia e do processo cíclico do trabalho-tempo, livre-trabalho que fomenta a liberdade do deslocamento e consumo de outros locais: “a imagem social do consumo do tempo, por seu lado, é exclusivamente dominada pelos momentos de ócio e de férias, momentos representados à distância e desejáveis, por postulado, como toda a mercadoria espetacular” (DEBORD, 1997, p.97-98).

Como mercadoria espetacular, a imagem do patrimônio está associada a sua carga de memória histórica identificada, avaliada e promovida pelas indústrias cultural e turística, as quais fomentam produções alegóricas sobre o passado (CHOAY, 2006). Estas produções alegóricas ocorrem, por exemplo, com a chamada indústria da tradição (parte da indústria cultural) que introduz, no espaço dos destinos, a criação em massa de museus e centros culturais para atrair visitantes ávidos pelo consumo do passado: “uno de los puntos de vinculación más importantes entre el turismo y la cultura es el desarrollo de las industrias culturales” (CORREA, 2010, p.57).

Essas indústrias agem, principalmente, por meio de recursos tecnológicos e estéticos (iconográficos, audiovisuais, cromáticos), na ampliação do poder atrativo do patrimônio alegorizado (parafrazeando CHOAY, 2006). Isso é justificado por sua já singularidade reconhecida, mas ampliado pela cenografia e pela publicidade. Choay (2006) explica que, na reintegração do patrimônio à vida contemporânea, a cidade histórica é alegoricamente transformada “em produto de consumo cultural” por grupos “que se beneficiam simbolicamente de seu status histórico e patrimonial” (CHOAY, 2006, p.222). Esses grupos desenvolvem atividades como os “espetáculos de som e luz” (CHOAY, 2006, p.215). Além disso, os mesmos projetam “comentários audiovisuais, passando pela reconstituição de cenas históricas imaginárias, recorrendo-se a atores, manequins, marionetes” (CHOAY, 2006, p.216).

Produz-se, então, uma sociedade planejada com base na comercialização espetacularizada da nostalgia impressa no patrimônio: “a indústria patrimonial desenvolveu os recursos de embalagem que também permitem oferecer os centros e bairros antigos como produtos para o consumo cultural” (CHOAY, 2006, p.224).

Carvalho (2010) considera que a sociedade de massas tem no espetáculo um sentido “turístico, narcotizante, mercantilizado” (CARVALHO, 2010, p.51). Por outro lado, Funari & Pelegrini consideram positiva a transformação do patrimônio em destino turístico, desde que as ações desse incentivo escapem “à tentação de reduzir o patrimônio à ‘cenários’ da indústria cultural (...), dissociando toda a fruição dos bens culturais da memória social e histórica” (FUNARI; PELEGRINI, 2006, p.54).

Todavia, no processo de reconhecimento patrimonial dos bens culturais não se escapa de transformá-lo em atrativo por si só, sobretudo, naqueles reconhecidos como *Patrimônio Cultural da Humanidade*. Bertocello (2008) explica que uma cidade reconhecida como *Patrimônio Cultural da Humanidade* transforma-se quase que imediatamente em um atrativo turístico (BERTOCELLO, 2008). Essa atratividade associa-se a uma curiosidade inevitavelmente despertada por sua universalidade.

A Unesco, por exemplo, em seus programas de reconhecimento dos bens culturais como *Patrimônio da Humanidade*, busca valorizar o patrimônio, também, através do seu incentivo turístico, destacando seus atributos patrimoniais, memoriais e estéticos, os quais tendem, potencialmente, a desenvolver as comunidades receptoras: “o turismo pode capturar as características econômicas do patrimônio e dedicá-las à conservação, gerando fundos, educando a comunidade e influenciando a política” (CARTA INTERNACIONAL DO TURISMO CULTURAL, 1999, p.2).

3. A espetacularização turística do patrimônio da humanidade: o bairro histórico de Colônia do Sacramento, Uruguai

O município de Colônia do Sacramento está localizado no Departamento de Colônia, Uruguai. Segundo os dados do Censo Uruguaio de 2011 possui 26231 habitantes (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, 2011). O comércio e os serviços são as bases da economia do município. Contudo, o turismo constitui-se, especialmente, como um setor de grande relevância para a economia local, sobretudo no interior e no entorno do chamado Bairro Histórico (Figura 1), também conhecido como Bairro Sur, Ciudad-Vieja, Antigua Colonia del Sacramento e Ciudad Histórica.

O município de Colônia do Sacramento foi fundado por portugueses, comandados por D. Manuel Lobo, no ano de 1680 (POSSAMAI, 2007; PLAN DE GESTIÓN DEL BARRIO HISTÓRICO DE COLONIA DEL SACRAMENTO, 2012). Durante os séculos que precederam sua fundação, a cidade se organizou, cultural e politicamente, em torno dos embates entre Portugal e Espanha, até ficar

definitivamente sob o domínio espanhol em 1777. Inicialmente, a pequena cidade formada por casas baixas de pedra, em traçado irregular, representava os interesses portugueses pelo domínio do comércio no Rio da Prata:

A ocasião era propícia, pois a decadente Espanha de Carlos II, o último Habsburgo espanhol, não parecia capaz de opor resistência aos velhos projetos expansionistas portugueses que visavam dominar o estuário platino e, através dele, assegurar a manutenção do fluxo da prata contrabandeada das minas de Potosí para Lisboa por via dos portos brasileiros (POSSAMAI, 2007, p.20).



Figura 1. Vista aérea do Bairro Histórico. Fonte: Plan de Gestión del Barrio Histórico de Colonia del Sacramento, 2012, p.16.

Acompanhando o processo internacional de reflexividade patrimonial que fomenta a cenografia urbana e a produção da imagem, através das práticas de patrimonialização, o Bairro Histórico de Colônia do Sacramento exemplifica concretamente (materialmente), em sua representação do real, a espetacularização turística do patrimônio cultural.

Com o decorrer dos séculos, o legado arquitetônico da antiga cidade de Colônia do Sacramento sofreu diante de um estado de degradação e descaso. E foi em meados do século XX que se interpretou e se manifestou uma preocupação com a necessidade de sua conservação e preservação. O passo inicial para o atestado de reconhecimento do Bairro Histórico de Colônia do Sacramento, enquanto conjunto de importância histórico-cultural, deu-se com uma proposta de ação patrimonial encabeçada pelo Instituto Histórico e Geográfico do Turismo Uruguaio que, em 1921, se dirige ao Conselho Departamental de Colônia com a intenção da “conservación y preservación de las ruinas colonienses” (SANTIAGO, 1972, p.84). Foram agentes do turismo que manifestaram, primeiramente, preocupação com a conservação do bairro.

Por outro lado, o desenvolvimento do turismo em Colônia do Sacramento está associado ao surgimento do Consejo Ejecutivo Honorario de las Obras de Preservación y Reconstrucción de la Antigua Colonia del Sacramento, coordenado pelos arquitetos Miguel Odriozola e Antonio Cravotto, os quais conduziram um programa de ações como a identificação, o inventário, a restauração e a requalificação urbana do Bairro Histórico, a partir do despertar do reconhecimento de seus atributos memoriais, patrimoniais e arquitetônicos, em estado de profunda deterioração:

En la década de los 60, y gracias al impulso de pioneros de la revalorización de la Antigua Colonia del Sacramento (...), se logra sensibilizar a las autoridades nacionales y locales acerca de los valores trascendentes de la historia local y nacional que se refugiaban en el 'barrio sur', como se lo denominada en ese entonces (PLAN DE GESTIÓN DEL BARRIO HISTÓRICO DE COLONIA DEL SACRAMENTO, 2012, p.17).

O próprio Odriozola (1970) argumenta a necessidade de intervenção imediata no referido espaço em vias de abandono e destruição incontrolada:

Su destrucción incontrolada hace hoy más difícil la necesaria tarea de estudio, conservación y restauración: aún se encuentran en pie, en gran parte, entre otras, las siguientes construcciones: las llamadas Casa del Virrey, Casa del Almirante Brown (hoy Museo Municipal), Casa de Mitre, Convento de San Francisco Javier, Iglesia del Santísimo Sacramento, murallas y parte de la puerta de la ciudad, varias viviendas menores, pavimentos, etc (ODRIOZOLA, 1970, p.45).

Das ruínas do passado ao surgimento de uma nova comunidade social no interior do Bairro Histórico, no decorrer da história o mesmo sofre um processo de gentrificação. Essa gentrificação resulta da patrimonialização local (valorização, intervenção, restauração, requalificação, promoção), iniciada a partir do fim dos anos 1960 e início dos 1970. O Bairro Histórico de Colônia do Sacramento é nitidamente transformado em um espaço temático, cenográfico, um produto/mercadoria, estética e alegoricamente trabalhado para um público focado no consumo do passado.

Esse processo de gentrificação resultou, principalmente, da especulação imobiliária e financeira ocorrida pela valorização de imóveis restaurados e revalorizados, atraindo investidores privados externos (principalmente argentinos) e estimulando a migração de famílias de classes sociais mais baixas, as quais não dispunham de recursos para continuar no bairro e seu entorno, tamanho o valor dos aluguéis e de produtos comercializados no local (ARAMENDI, 2005).

Anteriormente o bairro possuía em torno de mil moradores e sessenta famílias, as quais, em sua grande maioria, mudam-se para fora do bairro, próximo ao mesmo ou para áreas mais distantes. Alguns ex-moradores investiram em empreendimentos de fins turísticos tais como meios de hospedagem e espaços gastronômicos e de artesanato típico. Contudo, o bairro perde a sua essência sociocultural, a partir de seu reconhecimento patrimonial e desenvolvimento turístico.

Assim, com o tempo, o bairro é transformando em um centro comercial pleno para satisfazer necessidades e desejos diversos do consumismo turístico. Puro espetáculo e pura alegorização (DEBORD, 1997; JEUDY, 2005; CHOAY, 2006).

Se, como argumenta Debord (1999), o passado e a história são os objetos centrais do espetáculo, em Colônia do Sacramento, o reconhecimento do seu Bairro Histórico como Patrimônio da Humanidade pela UNESCO, em 1995, estimulou e conduziu, neste espaço, o surgimento de uma gama comercial, de entretenimento, lazer, recreação, animação e tematização, cuja cenografia consolida um espetáculo comercial-cultural que provoca o deslocamento de indivíduos e grupos seduzidos pela imagem que se forma entre cores, sons e luzes produzidos e projetados com base na memória histórica impressa nos prédios históricos e monumentos, testemunhos do tempo. Antes núcleo de uso social, comunitário, de trocas simbólicas, de vida de bairro, agora núcleo esvaziado de vida e sociabilidade, totalmente espetacularizado.

Desenvolve-se no Bairro Histórico uma cadeia produtiva de um mercado incentivado, organizado e gerido através de ações conjuntas entre instituições privadas e públicas responsáveis pelo processo de gestão, promoção e qualificação do turismo local e regional. Essas instituições pertencem, principalmente, ao grupo Asociación Turística del Departamento de Colonia, organismo de ordem mista (pública e privada) responsável pelas decisões estratégicas de gestão turística do Departamento de Colônia, incluindo promoção, infraestrutura turística, desenvolvimento empresarial, capacitação profissional, criação de produtos turísticos, qualidade da oferta e impulso ao uso de tecnologias da informação (ASOCIACIÓN TURÍSTICA DEL DEPARTAMENTO DE COLONIA, S/D).

Entre os membros privados dessa associação citamos: Câmara Hotelera y Turística de Colônia; Cámara Gastronómica de Colonia; Cámara Inmobiliária de Colonia; e Sector de Transporte Terrestre (Compañías de Omnibus; Rentadoras de Autos; Asociación de Miniturismo de Colonia; Asociación de Guías Profesionales de Turismo del Departamento de Colonia; Taxis). Já os membros públicos da associação são: Dirección de Turismo de la Intendencia de Colônia; e Ministerio de Turismo y

Deporte de Uruguay (ASOCIACIÓN TURÍSTICA DEL DEPARTAMENTO DE COLONIA, S/D).

3.1 Espetáculo turístico no Bairro Histórico de Colônia do Sacramento: estratégias e atividades práticas

Entre as formas de espetacularização do Bairro Histórico de Colônia do Sacramento, destacam-se o que poderíamos chamar de “decoreação urbana temática” (Figura 2), onde veículos antigos (carros, bicicletas) são dispostos em ruas fechadas para o tráfego, buscando uma total representação do passado, impregnando o ambiente de um ar nostálgico e sensorial à percepção do antigo. Percebe-se, claramente, que o uso dos veículos está associado a uma Colônia do Sacramento do início do século XX.



Figura 2. Carros antigos no Bairro Histórico de Colônia do Sacramento. Autor: Michel Constantino Figueira, 2013.

Quanto ao uso da imagem patrimonial do Bairro Histórico – associada à memória, ao vintage e ao retrô – nas ações de gestão turístico-empresarial, citam-se os seguintes exemplos: bares, restaurantes e similares que tematizam sua decoração com obras de arte, fotografias, objetos antigos e desenhos que enfatizam a nostalgia, o romantismo e a relação com o passado; meios de hospedagem que destacam o uso de murais com desenhos que enfatizam o patrimônio (Figura 3), além do uso de mobiliário antigo (ou retrô) na decoração de pátios, varandas, quartos e recepção.

Incluem-se, também, no espólio de elementos formadores do espetáculo turístico no Bairro Histórico as lojas e tendas de souvenirs e de artesanato que comercializam produtos industrializados ou artesanais (manuais) de couro, lã, cerâmica, porcelana, vidro, entre outros materiais, os quais destacam (em desenhos,

formas e detalhes) reproduções visuais de espaços e imóveis reconhecidos no bairro, diante de sua carga e simbolismo histórico-patrimonial, tais como a famosa Calle de los Suspiros, a Plaza Mayor (localizada no centro do Bairro), a Basílica del Santísimo de Sacramento, a Antigua Muralla, a Casa del Virrey e El Faro.



Figura 3. Mural em área de convivência de pousada no *Bairro Histórico de Colônia do Sacramento*. Autor: Michel Constantino Figueira, 2013.

Do ponto de vista promocional, observa-se que a estratégia desenvolvida pelos gestores do turismo para ampliar a atratividade turística de Colônia do Sacramento, têm na espetacularização turística do patrimônio, a base de sua produção publicitária.

O projeto *Colonia encuentro magico*, por exemplo, desenvolvido pela Asociación Turística del Departamento de Colonia, fomenta a qualidade da experiência de visitação local a partir de experiências sensoriais e interpretativas do sentir, do descobrir, do desvendar, do surpreender-se, do viver, do conviver, do ser parte, do experimentar-se, do eleger, do alcançar-se, do desfrutar e do estar. Puro espetáculo.

Outra atividade de destaque nas práticas de espetacularização turística local é a teatralização (Figura 4) através das performances de artistas locais representando personagens e grupos sociais do passado, além de outras invencionices alegóricas.

Por exemplo, no local conhecido como *Portón del Campo* (ou *Portão de São Pedro*), é comum que sejam realizadas atividades de teatralização com representação das antigas trocas de guarda de soldados, tanto portugueses, quanto espanhóis: “la Dirección de Turismo también lleva adelante algunas acciones como el cambio de guardia en el Portón de Campo y en los demás monumentos de la Plaza Mayor” (ARAMENDI, 2005, p.174)¹.

¹ É necessário destacar que durante as atividades de pesquisa de campo, não foi realizada a troca de guarda, sendo a mesma desenvolvida em datas pré-estabelecidas, o que nos impediu de registrar fotografias da mesma.



Figura 4. Teatralização no Portón del Campo, Bairro Histórico. Autor: Michel Constantino Figueira, 2013.

Por fim, considera-se importante destacar que na produção político-comercial de incentivo à espetacularização turística do Bairro Histórico de Colônia do Sacramento, ainda se manifestam outras atividades, estruturas e empreendimentos tais como apresentações musicais, implantação de placas interpretativas e informativas sobre a história local, e comércio de antiguidades.

4. Considerações finais

Observou-se, neste trabalho – tendo como objeto de estudo o Bairro Histórico de Colônia do Sacramento, Uruguai – que a espetacularização turística do patrimônio iniciou-se com o próprio processo de patrimonialização local que provocou intervenções diversas sobre o espaço, atingindo o seu auge com o reconhecimento do mesmo como Patrimônio Cultural da Humanidade, pela UNESCO, em 1995.

Entende-se, aqui, que reconhecer um bem como patrimônio cultural é um dos primeiros passos para sua espetacularização, já que a medida administrativa que o considera singular provoca a curiosidade por sua observação direta e consumo sensorial, sobretudo em razão da aura que se forma em torno do bem singular, protegido, único.

Essa curiosidade que se fomenta provoca a ativação turístico-cultural-comercial dos lugares patrimonializados, com base em políticas públicas patrimoniais, culturais, turísticas e comerciais que, através de ações diversas promovem a espetacularização

da herança cultural material dos povos. É, com base nisso, que o Bairro Histórico de Colônia do Sacramento transforma-se em um “Bairro-Espetáculo”.

Neste bairro, as atividades, os serviços, a estrutura, os procedimentos técnicos e as promoções turístico-culturais-comerciais instigam o contato com o “extraordinário”, com o “mágico” e com o “sensorial”. Isso tudo, incentivando o bairro como um tipo de parque temático, com oferta cultural e de entretenimento.

O Bairro Histórico de Colônia do Sacramento representa, hoje, uma cenografia de uma época, a representação de um passado imaginado e alegorizado por sua transformação em mercadoria para o consumo turístico em um tempo espetacular pseudo-cíclico. Ou seja, em Sacramento a remodelagem, a embalagem e o embelezamento do patrimônio, para o deleite de consumidores turísticos e felicidade dos gestores turístico-patrimoniais, é orientada pelo interativo, o lúdico e o inebriante, projetados aos sentidos para gerar “experiências extraordinárias”. Mas, de fato, gerando lucro e capitalizando a memória e o patrimônio, desvalorizando, por meio do fenômeno sociogeográfico da gentrificação, a base comunitária que ajudou na construção histórico-social do bairro.

Analisar essa realidade, tendo como pano de fundo um sítio reconhecido como Patrimônio da Humanidade diante de sua importância para a memória humana, permitiu que se debatessem e se avaliassem questões importantes sobre a ressignificação simbólica do patrimônio visto, agora, como bem de valor econômico, sobretudo, diante de sua áurea excepcional projetada em experiências interativas. Puro espetáculo.

4. Referências

ARAMENDI, María Andrea Schubk. El turismo cultural en Colonia del Sacramento. 2005. Tese (Doutorado em Geografía Humana). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2005.

ASOCIACIÓN TURÍSTICA DEL DEPARTAMENTO DE COLONIA. *Colonia encuentro mágico. Colônia do Sacramento*, Uruguay, S/D.

BARRETTO, Margarita. *Cultura e turismo: discussões contemporâneas*. Campinas: Papirus, 2007.

BERTONCELLO, Rodolfo. Presentación. In: BERTONCELLO, Rodolfo (Compilador). *Turismo y geografía: lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina*. Buenos Aires: Ediciones Ciccus, 2008. p.5-15.

CARVALHO, José Jorge de. “Espetacularização” e “canibalização” das culturas populares na América Latina. *Revista ANTHROPOLOGICAS*, ano 14, v.21, n.1, p.39-76, 2010. Disponível em: <http://www.revista.ufpe.br/revistaanthropologicas/index.php/revista/article/view/189> Acesso em: 07 de jul, 2014.

CARTA INTERNACIONAL DO TURISMO CULTURAL. Gestão do turismo nos sítios com significado cultural. International Council on Monuments and Sites. Documentation Centre.

- UNESCO, México, 1999. Disponível em: http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/desenvolvimentoeinovacao/Documents/Doc10_CartaInternacionalTurismoCultural.pdf Acesso em: 22 de dez. 2014.
- CHOAY, Françoise. *A alegoria do patrimônio*. Tradução de Luciano Vieira Machado. 4. ed. São Paulo: Estação Liberdade UNESP, 2006.
- CORREA, Ana. *Ciudades, turismo y cultura: nuevas perspectivas para el desarrollo equitativo de las ciudades*. 1ª ed. Buenos Aires: La Crujía, 2010.
- DEBORD, Guy (1931-1994). *A sociedade do espetáculo*. Tradução Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FUNARI, Pedro Paulo; PELEGRINI, Sandra de Cássia Araújo. *Patrimônio histórico e cultural*. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. *Censos 2011: contame que te cuento*. Departamento. Colonia, 2011. Disponível em: <http://www.ine.gub.uy/censos2011/resultadosfinales/colonia.html>. Acesso em: 15 de abr. 2014.
- JACQUES, Paola Bereinstein. Patrimônio cultural urbano: espetáculo contemporâneo? *Revista de Urbanismo e Arquitetura*, v.6, n.1, p. 32-39, 2003. Disponível em: <http://www.portalseer.ufba.br/index.php/rua/article/viewArticle/3229>. Acesso em: 04 de mai. 2014.
- JEUDY, Henry Pierre. *Espelho das cidades*. Tradução Rejane Janowitz. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2005.
- LAMY, Yvon. La conversion des biens culturels en patrimoine public: un carrefour de l'histoire, du droit e te l'ethique. In: KHAZNADAR, Chérif et al. (coord). *Le patrimoine, oui, mais quel patrimoine?* Paris: Maison des Cultures du Monde, 2012. p.127-173.
- ODRIOZOLA, Miguel Angel. Inventario turístico. In: *Colonia: Colección los departamentos*, n.14, Uruguay, 1970. p. 42-50.
- PLAN DE GESTIÓN DEL BARRIO HISTÓRICO DE COLONIA DEL SACRAMENTO. MEC – Ministério de Educación y Cultura Uruguay; Intendencia de Colonia; Patrimônio Uruguay: Comision del Patrimonio Cultural de la Nación; Consejo Ejecutivo Honorario de la Antigua Colonia del Sacramento; Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Uruguay, 2012.
- PORTUGUEZ, Anderson Pereira. *Consumo e espaço: turismo, lazer e outros temas*. São Paulo: Roca, 2001.
- POSSAMAI, Paulo César. A Colônia do Sacramento: uma praça de guerra do império colonial português. *História em Revista*, Pelotas, v.13, p. 09-28, 2007. Disponível em: http://www2.ufpel.edu.br/ich/ndh/downloads/historia_em_revista_paulo_possamai.pdf. Acesso em: 02 de dez. 2013.
- SANTIAGO, Pio. *Guia turística "Colonia del Sacramento"*. Redactada, diagramada e impresa em los talleres de empresa gráfica El Ideal S.C. Colonia, Deposito Legal, 1972.
- TEOBALDO, Izabela Naves Coelho. A cidade espetáculo: efeito da globalização. *Revista Sociologia*, vl. XX, p.137-148, 2010. Disponível em <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/8791.pdf> Acesso em: 20 de nov. 2013.

Data de recebimento 08.08.2014

Data de aceite 16.12.2014