

Práticas turísticas: utilização ou apropriação do patrimônio cultural?

Tourist practices: usage or appropriation of cultural heritage?

Telma Lasmar Gonçalves^{*}
Nilson Alves Moraes^{**}

Resumo: O objetivo do presente artigo é discutir o trinômio museu, turismo e segurança, sob a ótica do estabelecimento de políticas públicas que dialoguem entre si, considerando o bom funcionamento dos museus, a qualidade dos serviços prestados e a proteção dos bens culturais. Para nortear a conceituação de cultura o autor escolhido para esse “diálogo” é Marilena Chauí, a partir da leitura de seus artigos sobre o assunto. No transcorrer do trabalho será discutida a relação entre cultura, patrimônio e museus; a ligação entre museus e turismo; as políticas públicas nacionais relativas ao tema. Dessa abordagem advém a necessidade de envolvimento de especialistas da área de turismo e de patrimônio na elaboração de planos conjuntos que contemplem, de forma harmônica, a relação entre museus, Estado, turismo e sociedade, com vistas à proteção da autenticidade e dos valores culturais nacionais ante o fenômeno turístico.

Palavras chave: Turismo. Museus. Patrimônio cultural. Brasil

Abstract: The objective of this present article is to discuss the trinomial museum, tourism and security, from the standpoint of the establishment of public policies that dialogue among them, considering the proper functioning of museums, the quality of services rendered and the protection of cultural goods. In order to steer the conceptualization of culture, the chosen author for this “dialogue” is Marilena Chauí, from the reading of her articles on the subject. The relation between culture, heritage and museums will be discussed during the course of this work, as well as the link between museums and tourism and the national public policies related to the theme. From this approach comes the need of involving experts in the area of tourism and heritage for the elaboration of joint plans that include, in a harmonic manner, the relation between museums, State, tourism and society, aiming at the protection of authenticity and national cultural values in face of the touristic phenomenon.

Key words: Tourism. Museums. Cultural heritage. Brazil

1 Introdução

O presente artigo é fruto das reflexões desenvolvidas durante o curso de doutoramento em Museologia no Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio da UNIRIO/MAST, em especial na disciplina Cultura e Sociedade: itinerários simbólicos, ministrada pelo Prof. Dr. Nilson Moraes e pelo Prof. Dr. Luiz Carlos Borges. Na ocasião foram discutidos textos que enfocavam temas como museus, memória, patrimônio e cultura, dentre outros.

^{*} Mestre em Engenharia de Produção. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio (PPGPMus/UNIRIO/MAST).

^{**} Doutor em Ciências Sociais. Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO.

A autora cujos pontos de vista mais apresentaram aderência ao tema que se propõem discutir é Marilena Chauí, em especial no livro “Cidadania Cultural”. Suas reflexões sobre cultura serviram de referência para o estabelecimento de conexões entre museus, patrimônio e cultura que será desenvolvido a seguir. Na terceira seção será dada ênfase ao uso dos museus pelo turismo e buscar-se-á entender em que medida o turismo se utiliza ou se apropria dos museus para o seu fazer, em especial a partir da consolidação, no século XX, do turismo de massa. O papel regulador e legislador do Estado como ente que, *a priori*, delibera e estabelece parâmetros para o estabelecimento e funcionamento de lugares de memória bem como das práticas turísticas será apresentado na quarta seção. Nas considerações finais será apresentado um fechamento das questões discutidas.

Em verdade, não se pretende dar uma resposta conclusiva à indagação constante no título deste artigo: pretende-se, somente, levantar uma questão para futuros aprofundamentos.

2 Cultura, patrimônio e museus

O conceito de cultura vem se transformando ao longo da história da humanidade, adquirindo definições compatíveis com o seu tempo. No século XIX foi introduzida no conceito de cultura a ideia do tempo linear e evolutivo e, conseqüentemente, de progresso. Por essa linha de pensamento, avalia-se o progresso de uma civilização pela sua cultura e avalia-se a cultura pelo progresso que ela traz a uma civilização (CHAUÍ, 2006).

Somente na segunda metade do século XX, quando a Antropologia, como disciplina, amplia o entendimento de cultura percebendo-a como processo de criação da própria sociedade em todos os seus aspectos – dança, religião, música, arquitetura, vestuário, culinária, valores e regras de conduta e sistemas de parentesco, dentre outros – é que se ampliam os olhares e discursos sobre a divisão cultural, onde campos antagônicos convivem e compactuam (CHAUÍ, 2006).

Os suportes de memória materiais do fazer cultural do homem estão representados nos museus, sítios históricos e arqueológicos, monumentos, obras de arte e da arquitetura – e se constituem em atrativos do turismo cultural, porque, com o tempo, adquiriram caráter de patrimônio histórico cultural.

A ideia de patrimônio histórico cultural remonta à Antiguidade Clássica, ao Templo das Musas, onde os primeiros objetos que iriam formar sentido de patrimônio eram os semióforos, como esclarece Chauí:

[...] um semióforo é alguma coisa ou algum acontecimento cujo valor não é medido por sua materialidade e sim por sua força simbólica, por seu poder para estabelecer uma mediação entre o visível e o invisível, o sagrado e o profano, o presente e o passado, os vivos e os mortos, e destinados exclusivamente à visibilidade e à contemplação, porque é nisso que realiza sua significação e sua existência (CHAUÍ, 2006, p.117).

O que distingue um semióforo de um não semióforo é justamente a sua singularidade, a sua condição de único. Se todo e qualquer objeto pode ser portador de um significado, um sentido ou de uma mensagem, ele pode ser um semióforo, contanto que seja singular. O mesmo tipo de aplicação servirá para o conceito de patrimônio: este sempre dependerá de atribuição de valores, sentidos (individuais, se falamos de patrimônio pessoal, e coletivos, se falamos de um patrimônio cultural). O conceito aplica-se, ainda, para o lugar de memória.

Chauí (2006) diz ainda que os semióforos deram origem às coleções e, conseqüentemente, aos museus, lugares de oferendas sacralizadas, que pressupõem a hierarquização social dos objetos, dotando-os de poder e prestígio de acordo com a categoria social à qual pertencem. A disputa de poder, riqueza e prestígio entre as classes dominantes levou o Estado-nação a inventar uma nova categoria de patrimônio cultural, celebrando os feitos da nação e rompendo com a hegemonia dos semióforos religiosos e da propriedade privada, expondo-os para deleite e conhecimento da sociedade como um todo. Assim, “a partir da nação, instituem-se os semióforos nacionais e com eles o patrimônio cultural e ambiental e as instituições públicas encarregadas de guardá-los, conservá-los e exibi-los” (CHAUÍ, 2006, p.119).

Segundo a autora, os museus, bibliotecas, arquivos, praças são lugares onde a sociedade pode se comunicar, celebrando algo comum a todos, conservando e assegurando o sentimento de comunhão e de unidade – os semióforos. (CHAUÍ, 2006, p.119)

Surgem, então, inicialmente na França, e posteriormente em inúmeros países, instituições nacionais de memória, abertas ao público para visitação, no caso dos museus, e consulta, no caso das bibliotecas e arquivos. O privado torna-se público, no sentido de poder ser usufruído coletivamente. Ao longo dos séculos XIX e XX, os museus multiplicaram-se exponencialmente, diversificando-se em termos de tipologia,

formas de gestão, vínculos institucionais, estratégias de marketing e ações educativas e sociais.

A discussão teórica sobre a função e o papel dos museus na segunda metade do século XX fez surgir documentos fundadores, como a carta de Santiago de 1972 e o movimento da Nova Museologia. O museu passa a ser entendido como elemento de constituição da identidade nacional, em que as muitas representações da sociedade passaram a ter seu lugar de fala. Os museus comunitários, museus étnicos, ecomuseus, museus populares e museus temáticos proliferaram no mundo, com linguagens próprias, retratando o que antes não tinha espaço para ser retratado e se tornaram, também, um atrativo turístico. A globalização e homogeneização das práticas sociais vão provocar um movimento de público em busca do diferente, do desigual, e o turismo se expande para esses museus não convencionais.

Em alguns países, o patrimônio histórico cultural, seja ele material ou imaterial, tornou-se a própria identidade do lugar e naturalmente, a maior ferramenta do marketing turístico, que vende as imagens mais expressivas dos lugares. Devido à frequente e massiva divulgação, cada vez mais os bens culturais tornaram-se destinos turísticos de massa, fenômeno típico do século XX e que será discutido a seguir.

3 Turismo e museus – apropriação ou utilização?

O fenômeno do turismo de massa tem, na sua origem, as transformações propiciadas ao homem europeu ao longo do século XIX, em decorrência das mudanças econômicas, urbanas, comportamentais e infra-estruturais (URRY, 1996). No século XX o turismo de massa foi dotado de estruturas internas e externas de tal modo complexas que lhe conferiram variáveis econômicas, políticas e culturais de dimensões e consequências incalculáveis. Para muitos países o turismo se tornou a principal fonte de recursos e um canal de conversação e de troca de conhecimento entre o mundo desenvolvido e em desenvolvimento.

Movido pela velocidade dos meios de transporte, o turismo de massa privilegia o lucro imediato em grande escala, sem nenhum comprometimento com o local visitado e os destinos mais procurados são as praias e os parques. O que não quer dizer que cidades históricas, sítios arqueológicos e monumentos estivessem fora dos roteiros, pois as viagens de turismo, antes restritas às classes mais abastadas, começaram a ser feitas pela classe média, que passou a usufruir do mesmo *status* que as elites dominantes.

O que constitui a principal característica do turismo de massa nas sociedades modernas é que “boa parte da população, a maior parte do tempo, viajará para algum lugar com a finalidade de contemplar e ali permanecer por motivos que, basicamente, não têm ligações com o seu trabalho” (CHAUI, 2006, p. 20). Trata-se, portanto, de uma categoria de viajantes que, *a priori*, não sabe o que vai ver. Apenas vai e vê.

Embora os destinos mais procurados continuem sendo as praias e os parques de diversão, os lugares que proporcionam informações mais específicas sobre a história dos povos como os monumentos, os museus, os sítios históricos e arqueológicos e os parques naturais têm tido a sua visitação aumentada consideravelmente no século XX.

Tal fato não poderia ser diferente, pois os museus, em especial os situados nos locais de grande fluxo turístico, podem proporcionar o entendimento entre os povos por meio de exposições contextualizadas e esclarecedoras sobre a cultura do povo anfitrião, além de, no caso dos museus mais dinâmicos, apresentar exposições temporárias que sejam de grande interesse para os visitantes. Muitos museus buscam se adaptar e se reinventar para suprir a demanda advinda do turismo, utilizando a linguagem dos meios de comunicação e recursos tecnológicos para atender ao ritmo intenso e vertiginoso de visitantes que cresce continuamente, como se verá mais adiante. A procura pelos museus ocorre porque:

[...] os museus, enquanto instituições, enquanto um sistema de relações sociais e um conjunto de ideias e valores, fazem parte do cotidiano das modernas sociedades complexas e particularmente das grandes cidades. (GONÇALVES, 2002, p.65).

Considera-se que o turismo de massa é um fenômeno social, humano, econômico e cultural irreversível e a busca dos indivíduos por referências culturais muitas vezes não se dá de forma voluntária e sim por condicionamento. Choay nos diz que

[...] o grande projeto de democratização do saber, herdado das *Luzes* e reanimado pela vontade moderna de erradicar as diferenças e os privilégios na fruição dos valores intelectuais e artísticos, aliado ao desenvolvimento da sociedade de lazer e de seu correlato, o turismo dito de massa, está na origem da expansão, talvez mais significativa, 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).

Entretanto é preciso destacar que muito se faz para agradar e convencer o turista nas cidades, nos monumentos e nos museus, algumas vezes sem a observância dos critérios técnicos (de exposição e de segurança) e éticos. Segundo Herreman:

o crescente predomínio da função lucrativa e rentável dos bens culturais em detrimento de seu interesse cultural e identitário, leva à pretensa restauração do patrimônio e à criação de falsas narrativas museológicas visando satisfazer as necessidades e expectativas do turismo, que ele caracteriza como *disneyficação* do patrimônio (HERREMAN, 2000, p.35).

Surgem, em decorrência do efeito falsamente embelezador e enriquecedor, inúmeras consequências: dano irreversível à integridade material do monumento, falsificação de narrativas e, sobretudo, aumento de fluxo de turistas sem o menor conhecimento prévio do objeto a ser visitado, submetendo os museus e seus acervos a uma carga não prevista e suportável, aos furtos e atos de vandalismo. Por outro lado, o turismo produz efeitos positivos sobre os monumentos, sítios e museus porque contribui para a sua manutenção e preservação na medida em que se faz necessário preservá-lo para dele extrair benefícios sócio-culturais e econômicos.

Embora com fluxos de turistas cada vez maiores circulando no mundo, os países adotam diferentes formas de gestão do turismo, de acordo com a sua importância estratégica. França, Reino Unido, Espanha, Alemanha, e Estados Unidos são destinos líderes internacionais e possuem, em sua estrutura organizacional, diferentes modelos hierárquicos para administrar e regular as práticas turísticas. A Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico – OECD, que congrega os 34 países mais desenvolvidos do mundo, discute hoje o turismo como uma das mais eficientes formas de desenvolvimento econômico das nações e reconhece que cada país regula e administra o turismo de acordo com as suas próprias diretrizes.

Para melhor entender e classificar as diferentes modalidades de turismo, ao longo do tempo foram elaboradas definições de acordo com a segmentação do fazer turístico. Em uma leitura mais atenta percebe-se que a definição de Turismo Cultural estabelecida pela Organização Mundial do Turismo – OMT remete ao conceito de cultura do Iluminismo, que, de acordo com Chauí, entendia *cultura* como sinônimo de *civilização*, como expressão dos costumes e das instituições enquanto efeitos da formação e da educação dos indivíduos, do trabalho e da sociabilidade (CHAUÍ, 2006, p. 22).

Reconhecendo a necessidade de também adotar conceitos para o campo do turismo, as definições sobre bens culturais e patrimônio que foram estabelecidas pelo Ministério do Turismo do Brasil contemplam a cultura material e imaterial brasileira e constam do “*Plano Nacional de Turismo 2007-2010: uma viagem de inclusão*”.

Consideram-se patrimônio histórico e cultural os bens de natureza material e imaterial que expressam ou revelam a memória e a identidade das populações e comunidades. São bens culturais de valor histórico, artístico, científico, simbólico, passíveis de se tornarem atrações turísticas: arquivos, edificações, conjuntos urbanísticos, sítios arqueológicos, ruínas, museus e outros espaços destinados à apresentação ou contemplação de bens materiais e imateriais, manifestações como música, gastronomia, artes visuais e cênicas, festas e celebrações. Os eventos culturais englobam as manifestações temporárias, enquadradas ou não na definição de patrimônio, incluindo-se nessa categoria os eventos gastronômicos, religiosos, musicais, de dança, de teatro, de cinema, exposições de arte, de artesanato, dentre outros (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007).

O uso turístico do patrimônio, na contemporaneidade, foi reforçado pelo novo sentido dado a ele, quando sítios arqueológicos, parques naturais e cidades são entendidos como museus e desta forma são protegidos da especulação imobiliária no seu próprio perímetro e no entorno. A “valorização” e a “preservação” dos lugares retirados do circuito da atividade econômica são muitas vezes forjadas pelo poder público e geram uma nova dinâmica turística.

No turismo reconhece-se que cada cultura é dotada de singularidade, de individualidade e de estrutura específica, o que deveria se refletir nas narrativas museológicas. Ao turista interessa conhecer e saber do outro, mas para que o visitante seja participativo e entenda o museu como local de discussão das práticas sociais e culturais dos diferentes atores ali retratados, faz-se necessário dar voz a todos eles, a todas as suas memórias. A história oficial narrada nos museus é sempre tendenciosa e, de uma maneira geral, reproduz velhos discursos, desconsiderando lutas, etnias, classes e gêneros. Em se tratando de museus de arte, o discurso centra-se na estética e na técnica, ignorando os processos e as circunstâncias sócio culturais do artista.

Dessa forma, os museus se tornam apenas uma mercadoria para fruição do turismo. Quando discute o uso mercadológico da cultura, Chauí aponta um caminho:

é preciso não esquecer que, sob a lógica do mercado, a mercadoria “cultura” torna-se algo perfeitamente mensurável. A medida é dada pelo número de espectadores e de vendas, isto é, o valor cultural decorre da capacidade para agradar. Essa mensuração tem ainda outro sentido: indica que a cultura é tomada em seu ponto final, no momento em que as obras são expostas como espetáculo, deixando na sombra o essencial, isto é, o processo de criação (CHAUÍ, 2006, p.136).

Pode-se então dizer que o turismo se apropria da cultura e dela se utiliza como mercadoria e que o patrimônio histórico cultural tem no turismo uma fonte de renda e de visitação. De todo modo, não podemos negligenciar o fato de que a cultura, em termos mais

amplos, também integra o circuito da mercadoria: produção-circulação-consumo. Então se o turista usufrui da cultura como mercadoria, é porque, antes, ela é, de certa forma, produzida e posta em circulação no mercado de bens simbólicos, oferecida como mercadoria. Uma mercadoria simbólica, cujo valor venal não é importante e cuja transação também se faz de modo especial.

Os países signatários da Organização das Nações Unidas – ONU, como é o caso do Brasil, acatam as recomendações estabelecidas na Carta do Turismo Cultural publicada em 1976 pelo International Council of Monuments and Sites – ICOMOS, que considera o turismo cultural como um elemento positivo no entendimento entre os povos mas que coloca o patrimônio em risco. No documento, o ICOMOS pede aos Estados membros que cumpram a Convenção Internacional para a Proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural de 1972 e a Recomendação de Nairóbi, de 1976.

No texto da Carta do Turismo Cultural lê-se:

Confiam que a Organização Mundial do Turismo, em cumprimento de seus fins, e a UNESCO, no marco da mencionada Convenção, realizem o maior esforço possível, em colaboração com os organismos signatários, e com todos aqueles que no futuro se adirão, para assegurar a aplicação da política que as ditas entidades têm definido como única capaz de proteger o gênero humano dos efeitos do incremento de um turismo anárquico cujo resultado é a negação de seus próprios objetivos (ICOMOS, 1976).

Considerando que os organismos internacionais não têm ingerência direta nas políticas internas dos países membros, compete a estes estabelecer cartas e recomendações a partir das discussões feitas entre especialistas. O Brasil é um dos países que adotam as recomendações da UNESCO e muitas de leis pátrias são pautadas nesses documentos fundadores.

Buscando ainda definir o que caracteriza a cultura de um povo para estabelecer vínculos com a fala de Marilena Chauí, destaca-se que especialistas da UNESCO extraíram da Conferência Internacional sobre Políticas Culturais, realizada pelo ICOMOS em 1985, o documento intitulado Declaração do México. Nele pode-se ler que

A cultura pode ser considerada atualmente como o conjunto dos traços distintivos espirituais, materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade e um grupo social. Ela engloba, além das artes e das letras, os modos de vida, os direitos fundamentais do ser humano, os sistemas de valores, as tradições e as crenças. [...] a cultura dá ao homem a capacidade de refletir sobre si mesmo. É ela que faz de nós seres especificamente humanos, racionais, críticos e eticamente comprometidos. [...] Cada cultura representa um conjunto de valores único e insubstituível, já que as tradições e as formas de expressão de

cada povo constituem sua maneira mais acabada de estar presente no mundo (ICOMOS, 1985, p.1).

Assim é legítimo então afirmar que o turismo cultural é usufruído pelas massas, independentemente do estabelecimento de políticas que o regulem e estabeleçam normas de uso e funcionamento, considerando-se o turismo como um fenômeno irreversível. Entretanto, é preciso destacar ainda que, para que não haja danos ao patrimônio, faz-se necessária a adoção de medidas reguladoras e protetoras pelo Estado.

Na próxima seção serão apresentadas algumas das políticas de museus e turismo implantadas ao longo dos séculos XX e XXI no Brasil.

4 O Papel Legislador e Regulador do Estado

Isoladamente, ou tratados de forma específica, muitos estudos têm sido desenvolvidos tratando dos museus, do turismo e da segurança. É farta a literatura que discute as relações entre museus e turismo; as estratégias de segurança e proteção dos museus e do patrimônio; as práticas e medidas de segurança para o turismo, mas nesses trabalhos percebe-se uma falta de conexão entre as políticas públicas de museus, de turismo e de segurança. Dentre os principais autores que tratam da relação entre patrimônio e turismo pode-se citar Greg Richard¹, na Inglaterra e Margarita Barreto (2007), no Brasil, mas nenhum dos dois insere, em seus textos, o aspecto da segurança. Tanto no âmbito da academia – por meio de monografias e dissertações - como nos órgãos públicos como IPHAN, IBRAM e MAST, fala-se sobre os temas museu, turismo e segurança, sem, entretanto, entrecruzar os três temas, o que dificulta o estabelecimento de fundamentação teórica para a implantação de políticas consistentes.

As políticas culturais – ou qualquer outra política - não podem somente ser lançadas como produto pronto. Devem ser elaboradas a partir de diretrizes e planejamento, executadas, avaliadas e, se necessário for, revistas e reeditadas. Sem isso, corre-se o risco de termos decisões tomadas pelo poder público que não se viabilizam na prática. É preciso entender quem são os atores, os diferentes níveis de aplicação e as competências legais que as cercam. De acordo com Moraes:

¹ Greg Richards é membro do ATLAS Cultural Tourism Research Project e seus artigos estão disponíveis em <http://independent.academia.edu/gregrichards>

as políticas públicas são regidas pela lógica das urgências, imediatismo dos efeitos e visibilidade, apresenta marcas do modelo social de dominação e controle social. As ideias e estratégias em contrário são consideradas ameaças à ordem social, aos próprios demandantes e empecilhos à modernização da sociedade. A política das carências e ausências se impõe e resiste às ações de grupos, projetos e instituições sociais (MORAES, 2009, p. 55).

Quando Chauí (2006) preconiza que o Estado não pode ser produtor da cultura – ele é sim, um dos elementos integrantes da cultura, pode-se aplicar esta afirmativa para o campo do Turismo. Da mesma forma, não é o Estado o produtor do Turismo: ele é sim, o elemento regulador, legislador e estimulador das práticas turísticas, mas não é o protagonista do processo. O protagonista é o próprio turista. Considerando que os atores principais das práticas turísticas estão no campo da iniciativa privada e da sociedade civil, o papel regulador do Estado no que concerne à utilização do patrimônio pelo turismo se faz imprescindível, visando à sua integridade física e à otimização de sua utilização.

Cabe ao Estado criar mecanismos legais e operacionais de proteção, uso e difusão dos museus para a visitação, seja ela de cidadãos ou turistas. O Estado tem o dever de assegurar o direito do cidadão e criar políticas culturais que partam dos anseios da sociedade civil. É o que Chauí denomina como “[...] cidadania cultural, em que a cultura não se reduz ao supérfluo, ao entretenimento, aos padrões de mercado, à oficialidade doutrinária, mas se realiza como direito de todos os cidadãos [...]” (CHAUÍ, 2006, p.138).

Ao logo da história do Brasil, as políticas da cultura e do turismo sempre foram alinhadas aos interesses do Estado: ora de caráter intervencionista, ora da mais completa indiferença. Na maioria das vezes o que se viu foram políticas estatais ao invés de políticas públicas, submetidas ao debate público e com proposições acatadas pelos legisladores. Chauí afirma ainda que “[...] a participação popular só será política e democrática se puder produzir as próprias leis, normas, regras e instituições que dirijam a vida sociopolítica” (CHAUÍ, 2006, p.140).

Calabre corrobora com o ponto de vista de Chauí quando afirma que:

uma política cultural atualizada deve reconhecer a existência da diversidade de públicos, com visões e interesses diferenciados que compõem a contemporaneidade. No caso brasileiro, temos a premência de reverter o processo de exclusão, da maior parcela do público, das oportunidades de consumo e de criações culturais (CALABRE, 2007, p. 25).

A regulação das atividades turísticas no Brasil remonta ao Governo Vargas, quando, dentro da estrutura do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), foi criada a Divisão de Turismo, por iniciativa de Alzira Vargas, em 1938. O turismo surge assentado em interesses políticos e ideológicos do Estado getulista, isto é, constitui-se também em um instrumento preocupado em garantir a uniformidade, o monopólio e o tom permissível das mensagens produzidas pelos veículos de informação, tanto em nível nacional como internacional.

O turismo também estava a serviço do Estado com o objetivo de aglutinar forças para a inculcação da imagem populista de Getúlio, garantindo que a contrapropaganda ficasse retida nas mãos dos censores. O caminho estava aberto para que o governo getulista, apoiado pelos meios de comunicação de massa, determinasse que tipo de notícia poderia ser divulgada no território nacional e internacional. O Estado Getulista entendeu a força econômica e política do turismo e começou a usá-lo como instrumento que devia ser administrado pelo Estado e, portanto, exigia uma proposta configurada em um Plano Nacional de Turismo.

Essa ideia começou a criar corpo na sequência dos outros governos; com Juscelino Kubitschek, a lógica do turismo surgiu com a inauguração da Capital Federal, criando a Companhia Nacional de Turismo - Combratur, em 19 de abril de 1960, um dia antes da fundação de Brasília; com Jânio da Silva Quadros, em um curto e conturbado período de governo, o turismo foi esquecido; com João Goulart o turismo é colocado no Ministério da Indústria e Comércio, com a criação da Divisão de Turismo e Certames, em 29 de dezembro de 1961; em 1966 o governo militar cria a EMBRATUR. Nas décadas seguintes, o turismo adquiriu maior ou menor importância nas instâncias governamentais e no governo Fernando Henrique Cardoso, assim como a cultura, obedecia às lógicas do mercado.

Em janeiro de 2003 foi criado o Ministério do Turismo e a EMBRATUR teve sua atuação fundamentalmente direcionada para a promoção, o marketing e o apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior. A proposta da criação de um ministério especificamente para tratar do turismo pautava-se, segundo consta no site do Ministério do Turismo, na necessidade da implantação de políticas públicas com um modelo de gestão descentralizado, orientado pelo pensamento estratégico.

As diretrizes estabelecidas pelo Conselho Nacional de Turismo são executadas pela Secretaria Nacional de Políticas do Turismo. Outro órgão do Ministério – a Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo - tem como atribuição promover

o desenvolvimento da infra-estrutura e a melhoria da qualidade dos serviços prestados. O Plano Nacional do Turismo – PNT 2007/2010 teve como objetivo dar continuidade às ações já desenvolvidas pelo Ministério e pelo Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) e consolidar o Brasil como um dos principais destinos turísticos do mundo.

Embora houvesse, desde o século XIX, museus no Brasil (Museu Nacional, Museu Paulista, Museu Emílio Goeldi, dentre outros) as diretrizes para uma política de patrimônio e museus começou a ser traçada no primeiro governo de Getúlio Vargas (1930 a 1945), quando foi criado o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (1937), o Museu Nacional de Belas Artes (1937), o Museu das Missões (1940), o Museu Imperial (1943), o Museu da Inconfidência (1944) e o Museu do Ouro (1948), ampliando os critérios de valoração histórica e artística do país e descentralizando os espaços de memória.

No transcorrer do século XX, a partir das diretrizes do IPHAN, os museus se consolidaram e surgiram inúmeros museus de âmbito particular, estaduais e municipais (IBRAM, 2011). Vertentes educativas, sociais e estéticas adquiriram importância nos circuitos expositivos e nas narrativas museológicas. Entretanto novas transformações no que concerne às políticas públicas só começaram a se materializar a partir da Carta do Rio Grande, fruto do Encontro de Museus, promovido pelo estado do Rio Grande do Sul, em 2002, quando teve início a articulação da política de transformação da posição dos museus no cenário nacional. No ano seguinte, em 2003, foi instituída a Política Nacional de Museus e o Sistema Brasileiro de Museus e em 17 de outubro de 2013 foi promulgado o Decreto Nº 8.124, que Regulamenta dispositivos da Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009, que institui o Estatuto de Museus, e da Lei nº 11.906, de 20 de janeiro de 2009, que cria o Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM.

O Estatuto de Museus define de forma mais abrangente o conceito de museus e estabelece as normas para a criação de instituições museológicas, suas funções e atribuições; traça diretrizes sobre preservação, conservação, restauração e segurança dos bens culturais e define a atuação do poder público na promoção de mecanismos de fomento e incentivo ao setor. O Estatuto é um marco regulatório para o setor e consolida a política para museus no contexto das políticas culturais. Para Moraes:

o museu, na lógica do Estatuto, é um espaço privilegiado, dotado de identidade cultural, simbólica e possui algumas prerrogativas, deveres e modos de financiamento. Como unidade institucional, possui um papel técnico fundamental na organização do sistema, para o conjunto dos profissionais e militantes de museus. O Estatuto abarca os museus de diferentes portes e abrange museus comunitários e ecomuseus, estabelece os procedimentos de criação de instituições museológicas, identifica suas funções e atribuições e regula as atividades específicas. Torna obrigatório que toda instituição elabore e implemente um plano museológico contendo um diagnóstico participativo, os sistemas de

segurança, a identificação dos espaços e conjuntos patrimoniais sob sua guarda e a identificação de seus públicos destinatários (MORAES, 2009, p.6 2).

O que Moraes (2009) afirma sobre as políticas do governo Lula no que concerne aos museus se aplica às políticas públicas de turismo, sobretudo quando se pensa em ambos como indutores do desenvolvimento e da inclusão social. Paralelamente à política de museus, um novo Plano Nacional do Turismo foi lançado pelo governo Dilma Rousseff em maio de 2013 e, considerando-se a regulamentação das citadas leis, esperava-se uma maior proximidade entre as áreas. Entretanto, surpreendentemente, nele não há nenhuma referência ao turismo cultural, ao patrimônio cultural, aos museus, à identidade cultural, dentre outros temas correlatos. Esta é, sem sombra de dúvidas, uma prova documental de que não há diálogo entre as diferentes esferas do governo federal e que o patrimônio cultural não é pauta da política de turismo, o que vem corroborar a tese de que o Estado brasileiro não exerce, dialogicamente, seu papel de legislador e regulador de maneira holística, entrecruzando os diferentes fazeres numa perspectiva de política hegemônica de Estado.

5 Considerações Finais

O entendimento de museu na atualidade não se restringe aos museus enciclopédicos e grandiosos, aos “grandes” temas como história, belas artes, arqueologia ou história natural. Os museus comunitários, museus étnicos, ecomuseus, museus populares e museus temáticos proliferam no mundo, apontando para um cenário diversificado no campo museal, onde diferentes setores da sociedade têm sua história musealizada e narrada aos visitantes. São dadas ao turista, inúmeras oportunidades de entrar em contato com a cultura do local visitado. Entende-se que os museus devem ser apropriados pelo turismo para que se renovem, se modernizem, se adaptem ao crescimento da procura provocada pelo turismo de massa, desde que haja a adoção de políticas pertinentes.

Por outro lado, ao analisar as políticas públicas de turismo e de museus no Brasil, buscando verificar se há alguma intersecção entre elas, percebe-se que, com algum esforço, há iniciativas incipientes de diálogo e parceria, como cursos de capacitação profissional e de idiomas para os profissionais dos museus, promovidos pelo Ministério do Turismo e Oficinas de Museus e Turismo promovidas pelo IBRAM. No que tange à segurança dos museus com relação ao fluxo turístico, não se diagnosticou nenhuma orientação, diretriz ou metodologia nesse sentido, na legislação, nas portarias, nos planos e planejamentos estudados, mesmo sabendo que o turismo impinge-lhes condições de uso muitas vezes antagônicas às normas de proteção ao acervo e ao edifício. Os manuais e as publicações tratam da segurança

apenas como forma de proteção e preservação dos edifícios e dos acervos, sem levar em consideração os riscos que os grandes fluxos turísticos oferecem.

Efetivamente, deve-se considerar que o turismo se apropria da cultura em exposição – no caso dos museus – de uma forma mercadológica – pretendendo que os museus se enquadrem na categoria de *show business*, levando-os a disputar espaços com os *shoppings*. Isto é fato. Em consequência, muitos museus mensuram suas exposições quantitativamente, pelo número de visitantes e de ingressos vendidos. Estabelecendo rankings e produzindo estatísticas sobre o número de visitantes e almejando cada vez mais aumentar este número sem se estruturar para garantir ao acervo, aos visitantes e às instituições condições de segurança, os museus caem na armadilha mercadológica, em que o que importa são os resultados numéricos. O que comprova a falta de política e de diretrizes na gestão dos museus visando à sua segurança.

Percebe-se em países como França, Alemanha, Canadá e Estados Unidos, que as políticas públicas são implantadas a partir de uma maturidade profissional para lidar no campo do turismo e do patrimônio. Nos países em desenvolvimento, onde o uso do patrimônio pelo turismo ainda é incipiente, como é o caso do Brasil, faz-se necessário convocar especialistas de ambos os campos para elaborar planos de desenvolvimento conjuntos, visando à harmonia entre eles.

As relações entre museus, Estado, turismo e sociedade devem caminhar juntas, visando à proteção da autenticidade e dos valores culturais nacionais perante o crescimento do fenômeno turístico. Caso contrário, o resultado será desigual e os museus serão apropriados e utilizados pelo turismo sem dele se apropriar e utilizar.

Referências

- BARRETTO, Margarita. **Cultura e Turismo**: discussões contemporâneas. Campinas: Papirus, 2007
- CALABRE, Lia. Políticas culturais no Brasil: balanço e perspectivas. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA - ENECULT, 3. 2007. Salvador. **Atas...** Salvador: UFPA, 2007.
- CHAUÍ, Marilena. **Cidadania cultural**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.
- CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio**. São Paulo: Editora UNESP, 2011

GONÇALVES, Telma Lasmar. **A gestão dos museus e do patrimônio na modernidade contemporânea e as práticas turísticas**. 2002. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia (COPPE), Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002.

HERREMAN, Yani. Turismo cultural, patrimonio y museos en América Latina: un enfoque humanista. In: MUSEOS, PATRIMONIO Y TURISMO CULTURAL, 1. 2000, Trujillo, Perú, La Paz (Bolívia). **Anais...** International Council of Museums, 2000.

IBRAM - INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **Museus em números**. v. 1. Brasília: Ibram, 2011.

ICOMOS. **Carta do Turismo Cultural**. 1976. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=248>. Acesso em: 5 jul. 2012.

ICOMOS. **Declaração do México**. 1985. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=248>. Acesso em: 5 jul. 2012.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional de Turismo 2007-2010**: uma viagem de inclusão. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_turismo_2007_2010.pdf . Acesso em: 05 jan. 2014.

MORAES, Nilson A. Políticas públicas, políticas culturais e museu no Brasil. **Museologia e Patrimônio**, v. 2 n.1, p. 54-69, jan/jun 2009. Disponível em: <http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus/article/viewFile/46/26> . Acesso em: 5 jul. 2012.

THE ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT - OECD. Disponível em: http://www.oecd.org/home/0,2987,en_2649_201185_1_1_1_1_1,00.html. Acesso em: 05 jul. 2012

URRY, John. **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: SESC, 1996.

Submetido em: 26.02.2014

Aceito em: 21.08.2014