

Turismo no centro histórico de João Pessoa: revitalização, planejamento e não-lugar¹Ana Valéria Endres²Danielle Abrantes de Menezes.³

O trabalho teve como objetivo estudar no Centro Histórico de João Pessoa a existência do não-lugar a partir da observação e transformação da paisagem restaurada/revitalizada a partir da década de 80. Para tanto, realizou-se pesquisa bibliográfica, documental e entrevista com representantes envolvidos com o CHJP e aplicação de questionários com 201 turistas. Concluiu-se que embora alguns patrimônios sacros tenham sido preservados do impacto da inovação das cores, a utilização de cores fortes e chocantes na Praça Anthenor Navarro e no Largo de São Frei Pedro Gonçalves produziu uma paisagem nova e colorida que não condiz com a história dos monumentos analisados e que, apesar do CHJP não ser evidenciado como um não-lugar é caracterizado, a partir da restauração realizada, como um cenário de época que provoca na grande maioria dos turistas uma espetacularização.

Palavras-chave: Turismo. Planejamento. Revitalização. Não-lugar.

1. Introdução

Na década de 30 inicia-se no Brasil as primeiras ações de preservação do patrimônio histórico-cultural com o surgimento do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Mas as ações, principalmente de revitalização de antigas áreas históricas, tornam-se mais evidentes nas décadas de 80 e 90 do século passado, época em que se intensificam as políticas patrimoniais que estimulam aos governos municipais e estaduais a preservar sua cultura. O discurso da preservação da memória coletiva e da identidade cultural é o que motiva investimentos no patrimônio histórico-cultural.

Os Centros Históricos das mais antigas capitais do Brasil começam a ser restaurados e revitalizados, a exemplo de Salvador, Recife e São Luis. Nos processos de restaurar e revitalizar, o primeiro, ao contrário do segundo, obtém êxito em seus objetivos. Retrato disto são as cores novas, fortes e vibrantes aplicadas nas fachadas dos casarios tentando enaltecer formas resgatadas do passado. Orientado por esta perspectiva, a revitalização do ambiente histórico antes esquecido dá-se pelas novas funcionalidades adotadas por este espaço para

¹ Trabalho apresentado ao GT - Interfaces com o Desenvolvimento, a Cultura e o Meio Ambiente do IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo.

² Bacharel em Turismo. Professor Assistente do Curso de Turismo da Universidade Federal da Paraíba. e-mail: valendres@hotmail.com

³ Bacharel em Turismo pela Universidade Federal da Paraíba. e-mail: danielleabrantestur@gmail.com

integrar-se no mundo atual, caracterizado principalmente, pelo consumo. Das residências ao comércio, hoje o que impera nestes espaços são os equipamentos turísticos para complementar a fruição e o consumo da paisagem histórica.

De forma mais ideal, a revitalização deveria trazer consigo a valorização das raízes locais e o resgate e o aprofundamento da identidade da população com o local. Mas até que ponto as áreas históricas, remodeladas como ‘cenários’ homogeneizados pela aplicação das cores fortes e vibrantes, conseguiram ser idealmente revitalizadas?

Neste contexto, entre a espetacularização e o estranhamento, sentimentos opostos vinculados respectivamente a quem vem de fora (o turista) e aquele que está dentro (a comunidade), fazem-se os questionamentos: o que prevalece no cerne dessas transformações? O que reflete ser o mais importante de fato? O global ou o local? O não-lugar ou o lugar?

No âmbito deste artigo, que objetiva estudar no Centro Histórico de João Pessoa a existência do não-lugar resultado da restauração/revitalização iniciada década de 80, o foco principal ficou sobre o turista por ser o ‘alvo’ do espetáculo produzido. Aplicou-se 201 questionários com turistas que visitaram os dois Postos de Informações Turísticas da Secretaria Executiva de Turismo do Município de João Pessoa, um localizado à beira mar da Praia de Cabo Branco e o outro na Igreja de São Francisco no Centro Histórico para saber, principalmente, qual a percepção que os turistas tiveram diante do Centro Histórico quando comparados a outros Centros Históricos visitados. Estes PITs foram escolhidos por se tratar de ambientes de diferente circulação de turistas.

A amostragem para a aplicação dos formulários, que ocorreu entre os meses de janeiro a abril do corrente ano, foi definida a partir dos cálculos de “Amostra Aleatória Simples”, que permite uma margem de erro de 5 pontos percentuais, para mais ou para menos, sobre as informações que se traduz em um nível de confiança de 90% sobre as mesmas.

No que tange à percepção da comunidade, por ser numerosa e pelo tempo limitado para o desenvolvido deste trabalho, esta pouco pôde ser analisada. Dela, só puderam ser ouvidos os representantes da Comissão Permanente do Centro Histórico de João Pessoa, da Secretaria Executiva de Turismo do Município, um historiador, uma arquiteta e um comerciante que participou do início do processo de revitalização.

Para alcançar as pretensões do objetivo deste artigo em sua totalidade, um tempo maior de pesquisa que envolvesse a análise de uma amostragem relevante de informantes dentre os moradores da capital seria necessário. Não só talvez, mas também para desmitificar a noção

peçoal, construída pela vivência na cidade, de que a maior parte da população não se identifica com este novo espaço. Nem pelo seu relevante papel na história da cidade e da Paraíba, nem pela bela paisagem composta pelo rio e pelas edificações antigas e nem por uma eventual ocupação da área por turistas e oportunistas. E pela noção de que, efetivamente, nada se faz para que o local seja realmente revitalizado, quer seja para os moradores da cidade, ou para os turistas.

O Centro Histórico da cidade de João Pessoa recebe incentivos para a revitalização dos seus bens patrimoniais desde a década de 80 e já foram restaurados monumentos sacros como a Igreja de São Francisco e o Mosteiro de São Bento, entre outros. Entretanto, a área objeto deste estudo é a paisagem formada pelo conjunto de casarios, composto por edificações representativas das décadas de 20 e 30, localizado no entorno da Praça Anthenor Navarro e do Largo de São Frei Pedro Gonçalves.

Como escolha teórico-metodológica, o conceito de “não-lugar” de Augé (1994) se mostrou essencial, considerando que sua produção se dá a partir dos processos de estranhamento e espetacularização sentidos, respectivamente, pela comunidade e turistas, em decorrência da transformação dos lugares. Para compor essa discussão, fez-se uma vasta pesquisa bibliográfica sobre os temas como revitalização, planejamento turístico e paisagem nas principais bibliotecas da cidade e a consulta e análise de documentos públicos referentes à restauração e revitalização do Centro Histórico.

1. Patrimônio histórico, revitalização, turismo e a produção do não-lugar

O surgimento do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – SPHAN (atual IPHAN) em 1936 e a instalação no Brasil em 1946 de uma sede da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura – UNESCO estimularam as ações de preservação da história e da cultura nacional como forma de incentivar a restauração do patrimônio brasileiro para a preservação da memória coletiva, esteio que renova o significado histórico-cultural do patrimônio.

De acordo com Camargo (2002), a restauração é uma operação que deve ter caráter excepcional. Tem por objetivo conservar os valores estéticos e históricos do monumento com respeito ao material original e aos documentos autênticos e deve ser sempre precedida e acompanhada de um estudo arqueológico e histórico do monumento. Com base nestes critérios, o atual IPHAN priorizou por muito tempo ações de restauro.

Somente nas décadas de 80 e 90 é que deslancha no país a preservação aliada ao conceito de revitalização. Revitalizar, para além da restauração, é dar vida ao ambiente, fazê-lo circular econômico, político, cultural e socialmente por construção principal da própria comunidade. Tem como princípio a noção de que a comunidade que vive o cotidiano das cidades o reconheça como próprio de sua cultura e preserve-o, fazendo com que a partir desta vigília, o bem restaurado mantenha-se preservado (SCOCUGLIA, 2004).

Neste contexto, importantes cidades brasileiras passam a apresentar projetos e a revitalizar seus Centros Históricos como ocorreu no Pelourinho (BA), no Recife Antigo (PE) e em São Luis (MA). Relativo à nova paisagem apresentada aos turistas/comunidade nos ambientes históricos após a restauração percebe-se como característica marcante a utilização de um colorido forte e incisivo, como pode ser observado nas figuras a seguir:

Figura 1: Largo do Pelourinho em Salvador, BA.



Foto do flickic⁴.

Figura 02: Sobrados na rua do Bom Jesus, no Recife Antigo, PE.



Foto do Flickr⁵.

Sobre esta questão, Silva (2004, p. 73) reflete que:

O processo de revitalização de centros e cidades históricas não deixa, porém, de ser conflitivo, inclusive do ponto de vista estético. O conjunto arquitetônico e urbanístico colonial de Salvador (BA), o Pelourinho, é um bom exemplo. As características plásticas da reforma do Pelourinho influenciaram outras iniciativas de restauro: é comum observar fachadas coloridas em diversos outros centros históricos, como os de João Pessoa (PB) Recife (PE) ou São Luis (MA). Assim como aconteceu com as cidades serranas, também surgiu um “subproduto” dessa nova estética: reproduções de casas e até mesmo conjuntos coloniais, verdadeiras estruturas cenográficas.

⁴ <http://www.flickr.com/photos/luisabora/407639421/>. Acesso em 06 de maio de 2007.

⁵ <http://www.flickr.com/photos/lucypassos/26301178/>. Acesso em 06 de maio de 2007.

Concomitante ao aparecimento destes subprodutos, cresce no Brasil a prática do turismo cultural que se utiliza desses novos ambientes para “apresentar” a cultura local/nacional aos visitantes. De acordo com a Carta do Turismo Cultural – ICOMOS e pelo Manual de Segmentação do Turismo, do Ministério do Turismo Brasileiro, o turismo cultural “compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (BRASIL, 2006, p. 10).

As orientações propostas pelo Manual sinalizam para a necessidade de se implementar ações conjuntas, planejadas e geridas entre as áreas de turismo e de cultura, e de se contemplar o respeito à identidade cultural e à memória das comunidades. Pois, segundo o documento, o patrimônio cultural, mais do que atrativo turístico, é fator de identidade cultural e de memória das comunidades, fonte que as remete a uma cultura compartilhada, a experiências vividas, a sua identidade cultural e, como tal, deve ter seu sentido respeitado (BRASIL, 2006).

O discurso projetado neste contexto parte do princípio de que a opção pelo desenvolvimento turístico deve conciliar-se aos objetivos de manutenção do patrimônio, do uso cotidiano dos bens culturais e da valorização das identidades culturais locais. O uso turístico deve sempre atuar no sentido do fortalecimento das culturas, o que não descarta usá-lo também como estratégia de preservação do patrimônio histórico-cultural em função da promoção de seu valor econômico. Como reflete Irving (2002, p. 136):

(...) é constante o destaque atribuído a patrimônio; seja por sua importância na caracterização de perfis e realidades diferenciadas; seja pelo retorno econômico que propicia quando utilizado para fins turísticos; seja por seu significado como instrumental de exercício de cidadania, quando é o caso de seu uso servir à recuperação da auto-estima de populações e/ou à revitalização de áreas deprimidas. E mesmo pelo mau e bom uso que dele se faça.

Diante da última observação da autora sobre a recuperação da auto-estima e a revitalização de áreas deprimidas, é pertinente observar que a essência dessa relação dá-se pela construção de espaços identitários que são determinados por uma população que vivencia o seu cotidiano, formando-o, transformando-o e o protegendo, mesmo que de forma inconsciente. Para Dias (2001, p. 14):

A busca de uma identidade cultural sempre é a busca de afirmação de uma diferença e de uma semelhança. Quando se busca a identidade cultural

procura-se identificar aqueles que são iguais, que se identificam conosco, isso fortalece o sentimento de solidariedade grupal. No entanto ao nos identificarmos como iguais significa que somos diferentes de outros, desse modo a construção de identidade tem esse aspecto, aparentemente contraditório, de necessitar estabelecer as diferenças em relação aos outros membros de outras comunidades.

A busca da afirmação da diferença e da semelhança no estabelecimento da identidade cultural através da restauração/revitalização desenvolvida em muitos centros históricos parece estar mais voltada à afirmação da diferença, na medida em que tais processos construídos por especialistas estão distantes de uma construção coletiva e da vivência da população das cidades. A diferença não se dá apenas pela relação com aquele que vem de fora, ou seja, o turista, membro de outras comunidades; mas também pela relação com aquele que está dentro, pois a pouca ou nenhuma participação coletiva na construção desse espaço faz com que a comunidade local perceba o espaço restaurado como sendo do outro e não seu. Como explica Augé (1994, p. 87):

Vê-se bem que por “não-lugar” designamos duas realidades complementares, porém, distintas: espaços constituídos em relação a certos fins (transporte, trânsito, comércio, lazer [e por extensão, o turismo]) e a relação que os indivíduos mantêm com esses espaços.

A frágil identidade construída pela diferença associada à restauração como promoção do valor econômico do patrimônio pode transformá-lo em um espaço estático, onde a nova paisagem apresenta-se como um cenário típico de um filme de época, contexto propício ao sentimento de *estranhamento* característico de um não-lugar, como afirma Carlos (1999, p. 26):

O fato de que ao vender-se o espaço, produz-se a não-identidade e, com isso, o não-lugar, pois longe de se criar uma identidade produz-se mercadorias para serem consumidas em todos os momentos da vida, dentro e fora da fábrica, dentro e fora do ambiente de trabalho, nos momentos de trabalho e de não trabalho.

Os não-lugares possuem duas características essenciais: a *espetacularização* que pode ser observada através de modificações que transformam a história do patrimônio, como a utilização, no caso aqui analisado, de cores fortes e vibrantes em edificações que não abarcam esta característica; e o *estranhamento*, que pode advir do não-reconhecimento do patrimônio

como próprio de sua cultura e o ‘saneamento’ da população dos ambientes restaurados, entre outras características.

Com a intensificação da globalização, agravou-se a produção do não-lugar e a perda da identidade, com a instituição de uma *moda* que deve ser seguida, massificando a cultura, o pensamento e as atitudes. Pensa-se mais no lucro desenfreado do que na preservação da cultura, onde há uma cultura dominante e outros subordinados. De acordo com Featherstone (1997, p. 21),

o processo de globalização sugere simultaneamente duas imagens da cultura. A primeira imagem pressupõe a extensão de uma determinada cultura até seu limite, o globo. As culturas heterogêneas tornam-se incorporadas e integradas a uma cultura dominante, que acaba por cobrir o mundo inteiro. A segunda imagem aponta para a compressão das culturas. Coisas que eram mantidas separadas são, agora, colocadas em contato e justaposição. As culturas se acumulam umas sobre as outras, se empilham, sem princípios óbvios de organização.

A indústria cultural, por ser marca forte no ser humano, acaba por resplandecer em muitas tentativas de revitalização nos espaços históricos antes abandonados. A compreensão dessa cultura é sufocada pela padronização que se inicia na restauração com as cores, muitas das vezes utilizada propositalmente para esse fim. Ressalta-se que o apelo estético se sobrepõe ao embasamento histórico no que se refere às cores originais e aos materiais disponíveis à época. Certos pigmentos hoje utilizados eram inexistentes ou mesmo inacessíveis no século XIX ou nas primeiras décadas do século XX, que dirá no período colonial.

Não se defende aqui a “cristalização” do bem histórico como intocável, até porque o objetivo é dar novos usos aos espaços muitas vezes abandonados por seus moradores ou donos. O que se defende aqui é a importância da preservação do bem histórico e do espaço que o contém, do aproximar-se o mais perto da característica história. Para esse fim, o planejamento do turismo associado aos processos de restauração/revitalização dos Centros pode contribuir para potencializar os aspectos positivos existentes na história destes ambientes. Segundo Hall (2004, p. 29),

embora o planejamento não seja uma panacéia para todos os males, quando totalmente voltado para processos ele pode minimizar impactos potencialmente negativos, maximizar retornos econômicos nos destinos e, dessa forma, estimular uma resposta mais positiva por parte da comunidade hospedeira em relação ao turismo no longo prazo.

Em função desta perspectiva é que o planejamento turístico pode contribuir na constituição de espaços turísticos em áreas históricas, na medida em que se entendem como positivas orientações voltadas à revitalização e não somente à restauração.

O planejamento responsável do turismo tem um papel fundamental, quando entendido em seu processo mais amplo condicionado por critérios de sustentabilidade, para equilibrar o conflito de interesses que transformações ocasionadas por projetos de revitalização geram. No caso específico deste artigo, e diante das discussões aqui apresentadas, a próxima seção propõe analisar as transformações sofridas no Centro Histórico de João Pessoa dentro deste contexto.

2. Surgimento, restauração e revitalização do Centro Histórico de João Pessoa/PB.

Com a institucionalização da colonização portuguesa em terras brasileiras, a partir da implantação do sistema de Capitânias Hereditárias em 1534, que tinha o objetivo de facilitar o controle sobre o território colonial, a atual Paraíba surgiu como desmembramento da Capitania de Itamaracá, tendo como primeiros habitantes os *gentios* Tabajara e Potiguara, da etnia Tupi. Se aceita como causa da criação da Capitania da Paraíba a Tragédia de Tracunhaém⁶, ocorrida em 1574, após a qual o rei de Portugal criou-a, desmembrando-a de Itamaracá. Todavia, somente em 1585 houve, de fato, a implantação de um povoado, após onze anos de conflitos com os indígenas (SILVEIRA, 1999).

No território que hoje compreende a cidade de João Pessoa, plantava-se cana-de-açúcar, em um primeiro momento com o trabalho dos índios que aqui moravam e, posteriormente, com a mão-de-obra dos negros trazidos da África. A cana produzida era escoada através do porto de Pernambuco, pois a região não possuía porto de escoamento.

O crescimento e a urbanização da capital, no século XVIII eram vagarosos, tanto que a cidade possuía ainda aspecto rural. Entretanto esta situação modifica-se em meados do século XIX, com o desenvolvimento da cultura do algodão no Nordeste. Isso ocorre por causa do aumento das divisas econômicas que vem a impulsionar o crescimento populacional e social.

⁶ A tragédia refere-se ao rapto de uma índia por um senhor de engenho chamado Diogo Dias. A índia era filha do cacique potiguar que reuniu vários guerreiros de sua tribo e partiu para a guerra no Engenho do Diogo Dias onde mataram todos que apareciam pela frente, por fim ateando fogo ao engenho. Essa Tragédia recebeu este nome porque era o nome do Engenho, Tracunhaém, que se localizava na Capitania de Pernambuco.

A extensão espacial modifica a situação rural da cidade, tornando-a mais modernizada e urbanizada (KOURY, 2004).

Tempos depois, as famílias nobres que moravam no perímetro urbano central vão transferindo-se para bairros mais próximos da praia, como o bairro de Tambiá. E o crescimento em direção ao mar consolida-se com a urbanização da Lagoa do Parque Sólon de Lucena, e com as aberturas de avenidas como a Epitácio Pessoa no governo de Camilo de Holanda que remodela grande parte do aspecto urbanística da cidade com a criação de várias praças (MENEZES, 1985).

No século XX, acontece o remodelamento das ruas e a destruição de grande parte das residências para a construção de novos prédios em estilo mais moderno. Por volta de 1970 a área do Centro da cidade deixa de ser área residencial para transformar-se em área mais de cunho comercial, ou mesmo são abandonadas por seus moradores. Muitos dos casarios de importante arquitetura são demolidos para a construção de espaços mais modernos ou mesmo tornam-se ruínas que tornaram a Cidade Baixa de João Pessoa deserta. (KOURY, 2004)

Na década de 80, mais precisamente no ano de 1987, o Centro Histórico de João Pessoa começou a receber incentivos para a sua restauração e revitalização. Tais processos iniciaram-se em por meio de uma parceria entre a Agência Espanhola de Cooperação Internacional – AECI, o IPHAN, a Prefeitura Municipal e o Governo Estadual (SCOCLUGIA, 2004). Criou-se então a Comissão Permanente de Desenvolvimento do Centro Histórico que ficou e ainda é responsável pelo processo de restauração e revitalização da área.

A restauração inicia-se esparsamente na região que compreende a Cidade Alta, onde se encontra o Convento de São Francisco e o Mosteiro de São Bento. Segundo a arquiteta entrevistada, pensou-se em iniciar a revitalização pela parte alta, mas como não existia um conjunto contínuo, transferiu-se o projeto para a parte baixa da cidade, bem próximo ao rio Sanhauá, na área da Praça Anthonor Navarro e do Largo de São Frei Pedro Gonçalves, áreas objeto desse estudo.

Iniciaram-se as intervenções no Largo de São Frei Pedro Gonçalves e na Praça Anthonor Navarro com a restauração dos casarios, como se pode observar na figura a seguir, que enfoca as transformações ocorridas especificamente na praça:

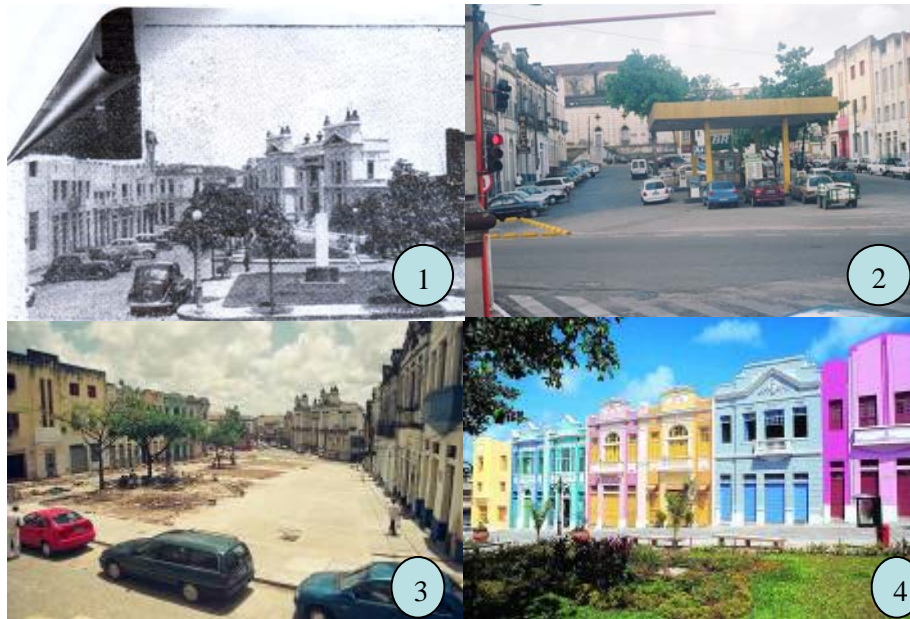


Figura 5: Processo de restauração/revitalização da Praça Anthenor Navarro⁷

Como observado na primeira parte deste artigo, no processo de revitalização do Centro Histórico de João Pessoa, uma característica que chama a atenção é a utilização de cores fortes e variadas na pintura dos casarios. Em entrevista, as arquitetas Sônia Gonzalez e Rosângela Régis⁸ afirmam que:

Nós fizemos propositalmente uma forma de chamar a atenção da população para um casario belíssimo que estava completamente abandonado e ninguém nem via, né? Então na hora que a gente pintou com aquelas cores iniciais que eram fortes, realmente foi intencional pra se fazer notar. [Entrevista realizada com Rosângela Regis, concedida a autora em 25/04/2007]

Já a Sônia Gonzalez afirma que:

Foi criado um cenário de propósito, só que quando nós fomos fazer a prospecção de cores lançou-mão do que se tem atualmente para criar um cenário mesmo. (...) O colonial, a Igreja da Misericórdia, por exemplo, ela foi pintada de cal branco, ela é de cal branco, este estudo não podia faltar para um monumento daquela época, daquela natureza...que tem uns seis [monumentos] na cidade. No caso do trabalho de pintura das casas,

⁷ A Praça Anthenor Navarro em 1937 (1); A Praça antes do início da restauração na década de 80 (2); Período das obras em 1987 (3); O resultado após a restauração, na perspectiva de quem observada a praça do ângulo oposto as três fotos anteriores, ou seja, da Igreja para a rua (4). As três primeiras fotos são do acervo da Comissão do Centro Histórico (1998) e a fotografia 4 é de Cássio Murilo.

⁸ Respectivamente coordenadora da Comissão Permanente do Centro Histórico e arquiteta da Prefeitura Municipal que atua na Comissão.

principalmente nas casas da Praça Anthenor Navarro, nós procuramos resgatar a forma que eles pintavam numa época, no começo do século XX, aqui na cidade: o fundo mais escuro, os elementos mais claros, os elementos que cortam as fachadas, brancos (...) A cor... é que nós lançamos mão da cor de hoje pra chamar atenção. [Entrevista realizada com Sônia Gonzalez, concedida a autora em 25/04/07]

Sobre as cores fortes aplicadas no casario, o historiador José Octávio, em entrevista revela que “estão dando cores muito berrante ao Centro Histórico (...) O Centro Histórico foi revitalizado em função de uma cor que chamasse a atenção do povo, [entretanto] a Comissão tem que levar em consideração o tipo de cor que se utilizava naquela época” (entrevista concedida a autora em 03/05/2007).

Assim, a restauração foi realizada e a partir daí iniciaram-se as tentativas de revitalização do ambiente. Alguns eventos populares como as festas de São Frei Pedro Gonçalves, a Procissão do fogaréu, entre outras, tentam (re)introduzir neste novo espaço comunidades próximas ao Centro Histórico, como a do Porto do Capim. Como forma de tentar ampliar a vivência dos moradores da capital, outros eventos como o Centro em Cena, o carnaval, o São João foram e ainda são promovidos pela Fundação Cultural de João Pessoa – FUNJOPE. Entretanto, são eventos pontuais que não conseguiram manter um fluxo de pessoas (turistas e comunidade) no local.

Para agravar a situação, o incentivo fiscal inicial concedido pela Prefeitura Municipal de João Pessoa não foi suficiente para a manutenção de boa parte do comércio que instalou-se na área da Praça logo após a reforma como o Prahyba Café, Intoca, Engenho do Chopp, entre outros. Hoje, no casario da praça existe em funcionamento apenas um estabelecimento comercial e dois órgãos públicos que atendem a públicos muito específicos e de forma restrita.

3. Turistas e turismo no Centro Histórico de João Pessoa e a questão da espetacularização: conclusões preliminares.

As ações orientadas para o desenvolvimento da atividade turística no Centro Histórico, como observado na seção anterior, foram e são poucas e esporádicas. Em visita ao local pode-se perceber que não há estrutura de equipamentos e serviços turísticos adequada para receber os turistas e grupo de turista que aparecem por lá. De modo que, o novo lugar chama a atenção e surpreende apenas pela nova paisagem que a restauração propiciou. Como afirma

Rodrigues (1997, p. 72), “a paisagem é um notável recurso turístico, desvelando alguns objetos e camuflando outros, por meio da posição do observador, quando pretende encantar e seduzir”.

Após a restauração, a área de maior visitação turística no Centro Histórico compreende basicamente a Praça Antenor Navarro e o Largo a Igreja de São Frei Pedro Gonçalves, onde se encontra o maior apelo paisagístico, com cores fortes e chamativas. A partir deste local, a maior parte dos visitantes encaminha-se para a Igreja de São Francisco e a Praça Dom Aduato e outros atrativos dispersos pelo centro.

Como alertado na introdução deste artigo, foram aplicados 201 questionários para turistas sobre a sensação de espetacularização projetada pela paisagem observada no Centro Histórico de João Pessoa, com intuito de entender até que ponto neste local reproduz um não-lugar. Para tanto, foram aplicados 152 questionários no PIT da Igreja de São Francisco e 49 no PIT da Praia. A tabela a seguir mostra os principais resultados no que tange ao perfil dos turistas que visitam o Centro Histórico.

Características adotadas para determinação do perfil	Postos de Informações Turísticas	
	PIT Praia	PIT São Francisco
Sexo	51% homens	51% homens
	49% mulheres	49% mulheres
Escolaridade	Ensino Médio (16%)	Ensino Médio (13%)
	Ensino Superior (67%)	Ensino Superior (78%)
	Pós-graduação (16%)	Pós-graduação (9%)
Estado Civil	Casados (65%)	Casados (49%)
	Solteiros (29%)	Solteiros (37%)
	Viúvo (2%)	Viúvo (11%)
	Divorciados (4%)	Divorciados (4%)
Idade	Média 40 anos	Média 34 anos
Procedência da maior parte dos entrevistados	Paraíba (18%)	Paraíba (24%)
	Norte/Nordeste (38%)	Norte/Nordeste (47%)
	Sul/Sudeste (38%)	Sul/Sudeste (27%)
	Centro-Oeste (6%)	Centro-Oeste (2%)

Tabela 1: Caracterização do perfil dos turistas entrevistados que visitaram os Postos de Informações Turísticas da Secretaria de Turismo de João Pessoa, no período de janeiro a abril de 2007.

Dos entrevistados no Posto de Informações Turísticas da Praia – PIT Praia, 51% declararam-se homens. Dos entrevistados na praia 55% eram casados, sendo a média de idade de 40 anos e 67% dos entrevistados com nível superior. Já no Posto de Informações Turísticas do São Francisco – PIT São Francisco 51% declarou-se do sexo masculino e 59% declararam-se casados e possuíam uma média de idade de 34 anos.

Em relação aos principais estados das regiões de procedência dos entrevistados, no PIT São Francisco, destacam-se como os mais representativos da região norte/nordeste Pernambuco com 15% e Rio Grande do Norte com 10% e da região sul/sudeste o Rio de Janeiro com 13% e São Paulo com 9%. No PIT da Praia, pode-se observar que os mesmos estados aparecem também como os mais representativos, com pouca variação nos percentuais⁹. Deve-se considerar também a grande frequência de turistas do próprio estado da Paraíba

Do total dos entrevistados, 78% possuía ensino superior. Este último dado deve ser muito considerado pelos gestores locais no que diz respeito as informações repassadas aos turistas, na medida que deve atender as expectativas de um público instruído. Pois, como se pode observar na tabela 2, a grande maioria dos entrevistados considera as informações adquiridas no local regulares.

Principais características do Centro Histórico de João Pessoa	Postos de Informações Turísticas	
	PIT Praia	PIT São Francisco
Influência da visitação	Parentes e Amigos (51%)	Parentes e Amigos (42%)
Classificação das Informações recebidas	Boa (33%) Regular (40%) Insuficiente (27%)	Boa (37%) Regular (45%) Insuficiente (18%)
Conhecimento sobre outros Centros Históricos Brasileiros	Olinda (15 citações) Recife Antigo (10 citações) Pelourinho (8 citações)	Olinda (49 citações) Recife Antigo (31 citações) São Luis, Ouro Preto e Pelourinho (16 citações/cada)
Semelhança do Centro Histórico de João Pessoa com os demais Centros conhecidos	Possui semelhança (75%)	Possui semelhança (64%)
	Não possui semelhança (25%)	Não possui semelhança (36%)

Tabela 2: Características do Centro Histórico de João Pessoa, coletadas a partir de entrevista realizadas com os turistas que visitaram os dois Postos de Informações Turísticas da Prefeitura de João Pessoa, 2007.

⁹ Em relação ao Estado de origem dos entrevistados, no PIT São Francisco, em ordem decrescente aparecem os Estados da Paraíba - PB (24%); Pernambuco - PE (15%); Rio de Janeiro – RJ (13%), Rio Grande do Norte (10%), São Paulo (9%); Piauí – PI, Ceará – CE (5% para cada), sendo os mais representativos; e ainda, Alagoas – AL (4%), Bahia – BA e Distrito Federal – DF (3% para cada), Paraná - PR e Minas Gerais – MG (2%), Sergipe – SE, Santa Catarina – SC, Pará – PA, Maranhão – MA, Goiás – GO; Amazonas – AM e Acre – AC (1% cada). Já no PIT da Praia, aparecem os Estados da Paraíba (18%), São Paulo (16%), Pernambuco (12%), Rio Grande do Norte e Rio de Janeiro (10% cada) Minas Gerais (6%), Alagoas, Distrito Federal e Amazonas (4% cada) e Ceará, Bahia, Espírito Santo, Rondônia – RO, Amapá – AP, Mato Grosso do Sul e Paraná (2% cada).

Nesta segunda tabela, as informações coletadas dizem respeito a percepção que os turistas tem sobre o Centro Histórico de João Pessoa, considerando os questionamentos projetados inicialmente por este artigo sobre a existência do não-lugar resultado de uma restauração/revitalização orientado pelo apelo paisagístico sustentado pela utilização de cores fortes e vibrantes na fachada dos casarios.

A homogeneização provocada pelos “cenários” de época presentes nas áreas históricas é parte da produção de um não-lugar, na medida que as paisagens projetadas estimulam no turista um sentimento de *espetacularização*. A partir das informações obtidas e das entrevistas realizadas, observa-se que este sentimento existe, parcialmente, no turista que visita o Centro Histórico de João Pessoa. Reflexo disso são as semelhanças que a maior parte dos informantes perceberam quando comparado o Centro Histórico de João Pessoa a outros Centros Históricos visitados.

As semelhanças mais citadas foram referentes às cores utilizadas nos casarios, algumas formas de arquitetura, os casarões conjugados, as ruas com ladeiras e a combinação de cores fortes. Essas informações geram preocupação na medida que o turista tem uma percepção superficial do lugar visitado¹⁰, propiciado por um cenário homogeneizador projetado pela restauração aliado a pouca qualidade das informações recebidas.

O sentimento de *espetacularização* só não é total por que não existem fortes ações de marketing e outras formas de promoção do cenário constituído. Talvez isso se deva ao discurso defendido pela Comissão do Centro Histórico de João Pessoa de que a revitalização realiza-se com foco na população, para que ela se identifique com o local e o utilize de forma sustentável. Não há, entretanto, dados que confirmem a prática desse discurso. O que pode, talvez, ser um indicativo que não haja um sentimento claro de *estranhamento* da comunidade pelo Centro Histórico é o dado obtido na pesquisa que alerta que 51% dos turistas do PIT da praia e 42% dos turistas do PIT São Francisco, visitaram o Centro Histórico por influência de parentes e amigos que moram na capital.

Entre os sentimentos de espetacularização e de estranhamento, até onde esta pesquisa pode concluir, o que prevalece, parcialmente, é o primeiro. No Centro Histórico de João Pessoa, criou-se um cenário proposital para que se chamasse a atenção da população/turista para o espaço restaurado, no entanto, deixa-se à parte o respeito às características originais do

¹⁰ Os centros históricos citados e conhecidos pelos turistas representam a história dos lugares em épocas diferentes, veja-se o exemplo do Pelourinho, em Salvador, que é do período colonial e da Praça Anthenor Navarro, em João Pessoa, que é da década de 20/30 do século XX.

conjunto dos prédios e o estímulo para que os moradores da capital em conhecer a sua cultura e o seu patrimônio. Entre o global e o local, o primeiro tem privilégios.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

AUGÉ, Marc. **Não-lugares**: Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Traduzido por Maria Lúcia Pereira. 3ª ed. Campinas, SP: Papyrus, 1994.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural**: orientações básicas. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

CAMARGO, Haroldo Leitão. **Patrimônio histórico e cultural**. São Paulo: Aleph, 2002.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. Turismo e a produção do não-lugar. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri *et al.* (orgs). **Turismo**: espaço, paisagem e cultura. São Paulo: HUCITEC, 1999. p. 25-37.

DIAS, Reinaldo. **Turismo, identidade e folclore**. In: Revista Turismo & Desenvolvimento. Campinas, SP: UNIOPEC, Ed. Átomo: jan/jun, 2001, v.1, nº 1, p. 11-20.

HALL, Colin Michael. **Planejamento turístico**: políticas, processos e relacionamentos. Tradução de Edite Sciulli. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2004. Título original: Tourism planning: policies, processes and relationship.

IRVING, Marta de Azevedo; AZEVEDO, Julia. **Turismo**: o desafio da sustentabilidade. São Paulo: Futura, 2002.

KOURY, Mauro Guilherme Pinheiro (2002). **Sob signo do medo do outro**: Modernização e controle social na cidade de João Pessoa, PB. CONCEITOS, de julho de 2004 a julho de 2005. p. 9-14.

MENEZES, José Luiz Mota. **Algumas notas a respeito da evolução urbana de João Pessoa**. Recife: Pool, 1985.

RODRIGUES, Adyr B. **Turismo e espaço**: rumo a um conhecimento transdisciplinar. São Paulo: HUCITEC, 1997.

SCOCUGLIA, Jovanka Baracuhy Cavalcanti. **Revitalização Urbana e (re)invenção do centro histórico na cidade de João Pessoa (1987-2002)**. João Pessoa: Editora Universitária / UFPB, 2004 (a)

SILVA, Maria da Glória Lanci da. **Cidades turísticas**: identidades e cenários de lazer. São Paulo: Aleph, 2004.

SILVEIRA, Rosa Maria Godoy (org.). **Estrutura de Poder na Paraíba**. João Pessoa: Universitária, UFPB, 1999.

**ANPTUR**

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007