



**INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E
EXTENSÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL
EM TURISMO**

ITALA MARGARETH RANYOL ABEN-ATHAR

**ROTAS MUSEOLÓGICAS NO CENTRO HISTÓRICO DE ARACAJU:
NOS CAMINHOS DO TURISMO CULTURAL**

ARACAJU (SE)

JULHO/2020

ITALA MARGARETH RANYOL ABEN-ATHAR

**ROTAS MUSEOLÓGICAS NO CENTRO HISTÓRICO DE ARACAJU:
NOS CAMINHOS DO TURISMO CULTURAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe, como pré-requisito para obtenção do título de Mestre em Turismo.

Linha de Pesquisa: Gestão de Destinos Turísticos - Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Orientador: Prof. Dr. José Wellington Carvalho Vilar

ARACAJU (SE)

JULHO/2020

ITALA MARGARETH RANYOL ABEN-ATHAR

**ROTAS MUSEOLÓGICAS NO CENTRO HISTÓRICO DE ARACAJU:
NOS CAMINHOS DO TURISMO CULTURAL**

ARACAJU(SE), JULHO, 2020

BANCA EXAMINADORA

Professor Doutor José Wellington Carvalho Vilar
Instituto Federal de Sergipe /Universidade Federal de Sergipe

Professor Doutor Denio Santos de Azevedo
Universidade Federal de Sergipe
Examinador Interno

Professora Doutora Daniella Pereira de Souza Silva
Universidade Federal de Sergipe
Examinador Externo

Professor Doutor Aristides Faria Lopes dos Santos
Instituto Federal de São Paulo, IFSP – Campus Cubatão
Examinador Externo

ARACAJU (SE) 2020

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço essa conquista ao meu melhor amigo, o Senhor Jesus, sem Ele, nada sou nem poderia ser. Obrigado Senhor!

Aos meus filhos amados, Italo, Elisabeth e Vitor Aben-Athar, minhas queridas tias, irmãos e primos que torcem e sofrem comigo a cada nova batalha na certeza que juntos iremos comemorar a vitória na guerra.

Ao meu professor Doutor e exímio orientador, José Wellington Carvalho Vilar, agradeço pelo aprendizado e paciência que teve comigo no decorrer da elaboração do trabalho. Faço registro que, sem a força do meu orientador, eu não teria conseguido concluir essa fase do Mestrado.

Agradeço o total apoio dos técnicos e gestores dos museus e memoriais de Aracaju: Karla Jamylle Souza Santos, Romero Crispim, Romário Rodrigues Portugal, Léa Duarte, Professora Aglaé D'Ávila Fontes, Sônia Cristina Carvalho Cardoso e, por fim, ao Sr. Pascoal Nabuco Dávila e sua equipe. Não posso esquecer da minha querida amiga Railda Nascimento, que me proporcionou vivenciar o universo dos museus. Com esses atores, foi possível desenhar o projeto desde o primeiro momento quando, ainda na ideia, eles acreditaram ser possível fazer mais pelo turismo de Aracaju.

Reitero meus agradecimentos a Luciana Kariny Ramos dos Anjos, pela atenção e a todos os colegas guias de turismo, agentes de viagens, professores e mestres que contribuíram para meu crescimento pessoal e profissional. Muito obrigada!!

Como esquecer dos amigos que estão na mesma luta. Obrigada queridos amigos do Mestrado, turma 2018, e em especial a Aline Andrade Santos, Valdislene Silva dos Santos e Franderson Eudes Uchoa Duarte, presentes desde sempre.

Meu muito obrigada a todos que compõem a direção do Instituto Federal de Sergipe, pela oportunidade e a concessão de suporte acadêmico por meio das bolsas de estudos. Agradeço ao Professor Dr. Lício Valério Vieira, por todo apoio nesta causa.

DEDICATÓRIA

Dedico este poema a todos aqueles que de alguma forma contribuíram para o desenvolvimento na elaboração e criação deste trabalho, o qual deixo como contribuição para o turismo cultural de Aracaju.

Dos costumes de um povo e aguerridas batalhas
O turismo se apropria trilhando e fazendo história
Nos saberes e fazeres preservados em todo canto
A cultura embeleza dedilhada na memória

Nos encantos dos Museus que transpiram sentimentos
Traz a sergipanidade de uma gente, uma nação
Retratando as belezuras como um caso bem contado
Como aqueles que falavam de visagem e assombração
Ô meu Sergipe terra boa e abençoada
De gente ordeira, trabalhadora e respeitada
Construindo o futuro com zelo e precisão

Nos museus daqui as memórias se inovam
Como uma aguardente calorosa de saber
Os antigos provincianos hospitaleiros
Ansiosamente desejam receber
Visitantes e turistas de todas as nações
Para mostrar o cabedal que brota do coração
Para quando retornarem nunca mais esquecer

Itala Aben-Athar
Julho/2020.

RESUMO

Um das justificativas para elaboração deste trabalho está associada à inquietação e à observação da pesquisadora enquanto profissional guia de turismo, atuante na área há mais de 20 anos na capital sergipana, referente ao não aproveitamento do potencial existente no centro histórico de Aracaju para desenvolver novas propostas voltadas à valorização cultural. Dentro da diversidade de produtos culturais ofertados pelo mercado do turismo estão as rotas turísticas em centros históricos urbanos que tem como princípio apresentar sentido, narrativa e interpretação aos atrativos culturais dessas localidades valorizando e projetando seu patrimônio material e imaterial, seu conjunto arquitetônico e seus museus. Assim, o objetivo dessa pesquisa é propor duas Rotas Museológicas no Centro Histórico de Aracaju como oferta de produto para turistas, visitantes e moradores locais conhecerem museus e memoriais, bem como os aspectos identitários e culturais da capital sergipana, denominadas de Rota da Sergipanidade e Rota dos Saberes e Fazeres. Para tanto, foi necessário identificar as forças, fraquezas, ameaças e oportunidades existentes no centro histórico para posterior viabilidade e implantação das rotas; estabelecer critérios de escolha dos atrativos que podem ser visitados/contemplados; detectar os agentes sociais e setores do turismo envolvidos no desenvolvimento e na execução das rotas museológicas. Realizou-se, então, uma pesquisa de abordagem qualitativa de natureza exploratória com base bibliográfica em temas que dissertam sobre turismo cultural, museu, patrimônio e rotas museológicas, pesquisa documental, visitas às cidades de São Paulo, Recife e Salvador, com a intenção de conhecer produtos semelhantes ao aqui apresentado e entrevistas com representantes sergipanos das iniciativas pública e privada, comunidade, turistas, gestores de museus e guias de turismo aracajuanos, a fim de perceber a importância e a viabilidade da proposta para o turismo no centro histórico de Aracaju. Diante disso, a pesquisa identificou que alguns dos empresários e agentes do turismo de Aracaju além de não conhecer o leque de opções museais existentes no centro histórico de Aracaju, não acreditam no turismo cultural como atributo de competitividade para destino turístico de Sergipe, o que impõe a constatação de que tais resultados evidenciam a necessidade de um maior envolvimento dos atores que compõem a cadeia produtiva do turismo juntamente com as instituições museais para que haja maior interação entre os setores. Espera-se que, assim, o turismo cultural em Aracaju seja considerado uma atividade importante para o desenvolvimento local, servindo de referência para a gestão futura no planejamento e organização de novos produtos para uma melhor competitividade do destino Aracaju/SE.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo Cultural. Centro Histórico. Rotas Museológicas

ABSTRACT

One of the justifications for the elaboration of this work is associated with the concern and observation of the researcher as a professional tourism guide, active in the area for over 20 years in the capital of Sergipe, regarding the failure to harness the potential existing in the historic center of Aracaju to develop new proposals focused on cultural appreciation. Within the diversity of cultural products offered by the tourism market are the tourist routes in historic urban centers that have the principle of presenting meaning, narrative and interpretation to the cultural attractions of these locations, valuing and projecting their material and immaterial heritage, their architectural ensemble and their museums. Thus, the objective of this research is to propose two Museum Routes in the Historic Center of Aracaju as a product offer for tourists, visitors and local residents to visit museums and memorials, as well as the identity and cultural aspects of the capital of Sergipe, called the Route of Sergipanity and Route of Knowledge and Doings. For that, it was necessary to identify the existing strengths, weaknesses, threats and opportunities in the historic center for later viability and implementation of the routes; establish criteria for choosing the attractions that can be visited / contemplated; detect social agents and tourism sectors involved in the development and execution of museum routes. Then, a qualitative research of exploratory nature was carried out with a bibliographic base on themes that talk about cultural tourism, museum, heritage and museum routes, documentary research, visits to the cities of São Paulo, Recife and Salvador, with the intention of know products similar to the one presented here and interviews with representatives of Sergipe from public and private initiatives, the community, tourists, museum managers and tourist guides of Aracajuanos, in order to understand the importance and viability of the proposal for tourism in the historic center of Aracaju. Given this, the research identified that some of the entrepreneurs and agents of tourism of Aracaju, besides not knowing the range of museal options existing in the historical center of Aracaju, do not believe in cultural tourism as a competitive attribute for Sergipe's tourist destination, which imposes the finding that such results demonstrate the need for greater involvement of the actors that make up the tourism production chain together with museums so that there is greater interaction between sectors. Thus, it is expected that cultural tourism in Aracaju will be considered an important activity for local and global development, serving as a reference for future management in the planning and organization of new products for a better competitiveness of the destination Aracaju / SE.

KEYWORDS: Cultural Tourism. Historic Center. Museological Routes.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Cadeia produtiva do turismo e do turismo cultural	24
Figura 2 - Patrimônio cultural material e imaterial como atrativo turístico	40
Figura 3 - Áreas Beneficiadas pelos museus	48
Figura 4 - Identificação de roteiro e rota turística	53
Figura 5 - Desenho da pesquisa	58
Figura 6 - Percurso metodológico	59
Figura 7 - Etapas da investigação	60
Figura 8 - Potencialidades para elaboração de Rotas Museológicas	61
Figura 9 - Informações estruturais dos museus	63
Figura 10 - Oferta de produtos no mercado turístico de Recife – PE	70
Figura 11 - Encarte do passeio Caminhos do Triângulo-SP	71
Figura 12 - Traçado urbano de Aracaju em 1857	79
Figura 13 - Delimitação territorial do centro de Aracaju	82
Figura 14 - Bens culturais tombados por bairros em Aracaju até 2005	83
Figura 15 - Percurso das rotas museológicas no centro histórico de Aracaju	98
Figura 16 - Percurso da Rota da Sergipanidade	99
Figura 17 - Rota da Sergipanidade	100
Figura 18 - Percurso da Rota dos Saberes e Fazeres	106
Figura 19 - Rota dos Saberes e Fazeres	107
Figura 20 - Encarte promocional de agências de turismo receptivo de Aracaju	116
Figura 21 - Oferta de produtos das agências de turismo receptivo de Aracaju	117
Figura 22 - QRCode das rotas museológicas no centro histórico de Aracaju	124
Figura 23 - Logomarca do projeto das rotas museológicas no centro histórico de Aracaju ..	124

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Elementos do mercado do turismo	21
Quadro 2 - Influência da cultura na procura e na oferta turística	25
Quadro 3 - Tipos de turismo cultural.....	27
Quadro 4 - Atividades do turismo cultural	29
Quadro 5 - Componentes do centro histórico	32
Quadro 6 - Fatores determinantes de visitas em destinos europeus	35
Quadro 7 - Ações propostas pelas gestões dos museus	49
Quadro 8 - Temática de visitação dos museus.	50
Quadro 9 - Indicadores de planejamento da rota turística	54
Quadro 10 - Objetivos da roteirização e resultados esperados	55
Quadro 11 - Metodologia de roteirização turística	56
Quadro 12 - Análise SWOT: proposta de rotas museológicas para Aracaju	64
Quadro 13 - Prognóstico das rotas museológicas do centro histórico de Aracaju.	65
Quadro 14 - Hierarquização dos atrativos turísticos do centro histórico de Aracaju	66
Quadro 15 - Classificação temática dos museus e memoriais do centro históricode Aracaju.	67
Quadro 16 - Etapas de implantação das rotas museológicas	68
Quadro 17 - Apêndices: coleta de dados da pesquisa	73
Quadro 18 - Questões de pesquisa.	75
Quadro 19 - Descritivo das hipóteses de investigação	75
Quadro 20 - Edificações tombadas do centro histórico de Aracaju	84

LISTA DE FOTOS

Foto 1 - Museu da Gente Sergipana	91
Foto 2 - Palácio Museu Olímpio Campos	92
Foto 3 - Prédio da Alfândega - Centro Cultural de Aracaju	93
Foto 4 - Palácio Silvio Romero - Memorial do Poder Judiciário de Sergipe	94
Foto 5 - Centro de Turismo e Comercialização Artesanal	95
Foto 6 - Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe	96
Foto 7- Museu da Gente Sergipana (Parte interna) e Largo da Gente Sergipana	101
Foto 8 - Ponte do Imperador D. Pedro II	102
Foto 9 - Praça Fausto Cardoso	102
Foto10 - Palácio Museu Olímpio Campos (Parte interna)	103
Foto 11 - Painel de rua do artista Jenner Augusto	104
Foto 12- Museu de Aracaju Prefeito Viana de Assis (Parte interna)	105
Foto 13 - Espaço Zé Peixe - Museu das Tototós	105
Foto 14 - Memorial do Poder Judiciário de Sergipe (Parte interna).....	108
Foto 15 - Galeria Álvaro Santos	108
Foto 16 - Catedral Metropolitana de Aracaju Nossa Senhora da Conceição	109
Foto 17 - Feirinha de artesanato na Praça Olímpio Campos	110
Foto 18 - Memorial do Artista Sergipano (Parte interna)	110
Foto 19 - Museu Galdino Bicho (Parte interna)	111
Foto 20 - Bistrô Cacique Chá (Parte interna)	112
Foto 21 - Galeria Jenner Augusto (Parte interna)	112
Foto 22 – Desenho em pedras portuguesas do calçadão da Praça Fausto Cardoso	122

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BANESE - Banco do Estado de Sergipe

BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento

CICATUR - Centro Interamericano de Capacitação Turística

EMSETUR - Empresa Sergipana de Turismo

FUNCAJU - Fundação Cultural Cidade de Aracaju

ICOM - Conselho Internacional de Museus

ICOMOS - Conselho Internacional de Museus

IBRAM - Instituto Brasileiro de Museus

IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

IHGSE- Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe

MinC - Ministério da Cultura

MTur - Ministério do Turismo

OMT - Organização Mundial do Turismo

PNM - Política Nacional de Museus

PRT - Programa de Regionalização do Turismo

PRODETUR - Programa de Desenvolvimento do Turismo

PDITS - Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável

PNEM - Programa Nacional de Educação Museal

PNM – Política Nacional de Museus

SEC - Secretaria da Economia Criativa

SEMICT- Secretaria Municipal da Indústria Comércio e Turismo

SBM - Sistema Brasileiro de Museus

UNSTAT - United Nations Statistical Commission

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação Ciência e Cultura

UNWTO - World Tourism Organization

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
CAPÍTULO 1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	17
1.1 Do turismo ao turismo cultural.....	17
1.2 Os múltiplos usos dos centros históricos.....	29
1.3 Patrimônio e interpretação patrimonial.....	36
1.4 Os museus e as interações com o turismo.....	41
1.5 Rotas e roteiros turísticos: uma discussão conceitual.....	50
CAPÍTULO 2 METODOLOGIA.....	58
2.1 Desenho e etapas da pesquisa.....	58
2.2 A natureza da pesquisa.....	61
2.3 O planejamento das rotas museológicas e seus critérios.....	63
2.4 Experiências em centros históricos brasileiros.....	68
2.5 Instrumentos de coleta de dados.....	72
2.6 Delimitações da questão de pesquisa e das hipóteses de investigação.....	74
CAPÍTULO 3 O CENTRO HISTÓRICO DE ARACAJU ENQUANTO DESTINO TURÍSTICO.....	77
3.1 Centro histórico de Aracaju: formação, delimitação e patrimônio.....	77
3.2 Centro histórico de Aracaju como catalizador do turismo.....	84
3.3 Inventário dos museus do centro histórico de Aracaju.....	89
CAPÍTULO 4 PROPOSTA DE ROTAS MUSEOLÓGICAS NO CENTRO HISTÓRICO DE ARACAJU.....	97
4.1 As rotas e os atrativos complementares.....	97
4.2 A visão dos gestores dos museus e do poder público.....	113
4.3 O olhar dos guias e das agências de turismo receptivo de Aracaju.....	114
4.4 A percepção da comunidade aracajuana e do turista / visitante.....	118
4.5 O produto tecnológico das rotas museológicas do centro histórico de Aracaju.....	120
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES.....	126L
REFERÊNCIAS.....	130
APÊNDICES.....	150
ANEXOS.....	181

INTRODUÇÃO

Uma das fortes tendências da atividade turística é viajar para conhecer pessoas, tradições, histórias e aprender sobre costumes e crenças do destino visitado. Nesse sentido, a aliança entre cultura e turismo torna-se chave, já que o turismo é um fenômeno em constante evolução devido à sua capacidade de impactar tanto na economia, quanto nas relações sociais, ambientais e culturais.

O turista que viaja com o objetivo de vivenciar novas experiências ou qualquer outro motivo associado a aspectos que incluem o conhecimento, os hábitos e aptidões obtidos pelo contato local está em busca do turismo cultural. Ademais, o segmento cultural representa uma ampla estratégia de desenvolvimento sustentável, com propósito de contribuir para a preservação e salvaguarda de bens dos centros históricos sendo esta, uma maneira de evidenciar, valorizar e manter as inúmeras manifestações locais.

Desta forma, a atividade turística tem contribuindo, tanto para promover uma maior dinâmica das comunidades quanto para o aumento do fluxo turístico, além de suscitar uma maior dinâmica da economia nas localidades aumentando assim, o seu potencial competitivo podendo ainda, incidir diretamente no acréscimo da permanência do turista no destino.

Dentro da diversidade de produtos culturais ofertado pelo mercado do turismo estão as rotas turísticas em centros históricos urbanos que tem como princípio apresentar sentido, narrativa e interpretação aos atrativos culturais dessas localidades valorizando e projetando seu patrimônio cultural material e imaterial, seu conjunto arquitetônico e seus museus.

Assim, o objetivo dessa pesquisa é propor duas rotas museológicas no centro histórico de Aracaju como oferta de produto para turistas, visitantes e moradores locais conhecerem museus e memoriais, bem como os aspectos identitários e culturais da capital sergipana.

Para auxiliar na construção desse produto, os objetivos específicos são: identificar forças, fraquezas, ameaças e oportunidades existentes no centro histórico para posterior viabilidade e implantação das rotas; estabelecer critérios de escolha dos atrativos que podem ser visitados/contemplados; detectar os agentes sociais e setores do turismo envolvidos no desenvolvimento e na execução das rotas museológicas.

Como em outras cidades, o centro histórico de Aracaju é detentor de grandes signos e simbologias que agregam valor cultural a sua essência histórica. Assim, a elaboração de rotas museológicas no centro histórico de Aracaju poderá ser o gatilho oportuno do turismo devido

a sua contribuição para o aproveitamento da localidade com grande potencial turístico, pouco explorado atualmente.

Os benefícios trazidos pelas rotas turísticas no centro da capital, além de ser um produto inovador, podem ser de ordem social, cultural e econômica sendo capaz de despertar a atenção de gestores públicos e privados, pois é sabido que em sua maioria a oferta de passeios turísticos é definida por agências de turismo receptivo juntamente com os órgãos públicos locais e posteriormente destinadas as operadoras turísticas para divulgação desses destinos.

As rotas turísticas podem ser convertidas em uma alternativa para a dinamização da oferta, bem como, poderá atuar como indutor de desenvolvimento estimulando e atraindo outras modalidades de turismo na área central da cidade, além de permitir que o turista/visitante otimize e administre melhor seu tempo em conhecer vários atrativos com características semelhantes.

As justificativas encontradas para a elaboração das rotas museológicas estão também associadas à inquietação e à observação da pesquisadora enquanto profissional guia de turismo, atuante na área há mais de 20 anos na capital sergipana, referente ao não aproveitamento do potencial existente no centro histórico de Aracaju para desenvolver novas propostas voltadas à valorização cultural, principalmente para visitas a todos os museus e memoriais existentes no local.

Vale igualmente ressaltar também que o *city tour*¹ histórico e panorâmico promovido por agências de receptivo e guias de turismo de Aracaju realizam paradas para visitação em parte do centro histórico a saber: os mercados Thales Ferraz e Albano Franco, colina de Santo Antônio e Centro de Turismo e Comercialização Artesanal. Observa-se que visitas aos museus e memoriais do centro histórico de Aracaju não se inserem neste percurso.

Assim, as questões que norteiam a pesquisa são: por que as agências de turismo receptivo não contemplam em seus *city-tours* todos os museus e memoriais do centro histórico de Aracaju como um diferencial atrativo? Como se dá a escolha pelos atrativos turísticos prioritários da cidade? Quais ações vêm sendo adotadas pelo setor público e o setor privado para o aumento do fluxo e da permanência dos turistas em Aracaju?

Para maior objetividade e clareza nas respostas as perguntas de pesquisa, a proposta de rotas museológicas partiu da necessidade de inserção de atrativos turísticos, nesse caso os

¹ *City-tour*: roteiros de visitação a uma determinada localidade, compreendendo um dos seus principais marcos e edificações, e símbolos que foram escolhidos para representar uma comunidade. Disponível em: http://www.eca.usp.br/turismocultural/8.05_Damaris_e_A.Paula.pdf. Acesso em 31. junh. 2019.

museus e memoriais existente no centro histórico de Aracaju, nos roteiros comercializados atualmente. Desta forma, buscou-se elencar os atrativos a partir do elevado valor histórico do patrimônio arquitetônico e do marco simbólico do centro, o espaço coletivo de maior identidade política dos cidadãos.

Para isso foi fundamental identificar, examinar e valorizar os museus do centro histórico, considerando o seu potencial atrativo turístico, tendo como referência a metodologia de hierarquização utilizada pelo Ministério do Turismo para a partir daí, organizar a oferta museológica por tipologias dos equipamentos integrantes das rotas museológicas.

Desta forma, os atrativos selecionados para as Rotas Museológicas foram: o Museu da Gente Sergipana, Palácio Museu Olímpio Campos, Museu Cidade de Aracaju Prefeito Viana de Assis (Centro Cultural de Aracaju), Museu Galdino Gutman Bicho (Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe), Memorial do Artista de Sergipano e Memorial do Poder Judiciário de Sergipe.

É sabido que no perímetro em que se encontram esses monumentos, também se situam muitos outros atrativos de igual valor que complementam e enriquecem as rotas. É importante também ressaltar que o centro histórico de Aracaju teve investimentos públicos a partir da restauração dos seus bens patrimoniais.

Assim, foram utilizados dois critérios: o primeiro foi à proximidade geográfica em que se encontram os monumentos, os museus e memoriais da região, pois a intenção é que o percurso seja realizado a pé por ruas e calçadas, pois como o centro histórico é geograficamente plano a facilidade no deslocamento favorece a contemplação da paisagem urbana e natural proposta pelas rotas museológicas de modo que a riqueza do seu patrimônio possa ser vislumbrada pelos que visitam e moram em Aracaju.

O segundo critério deve-se ao quantitativo de menor e maior fluxo de visitação nesses espaços culturais tanto por turistas/visitantes quanto pela comunidade. A princípio, duas rotas são propostas e intituladas como: Rota da Sergipanidade, a qual busca evidenciar os contextos histórico, político e social do nosso Estado, e a Rota dos Saberes e Fazer, com foco na cultura, arte e artesanato sergipanos.

Espera-se que a elaboração das rotas museológicas no centro histórico de Aracaju seja um fator de mudanças para o desenvolvimento do turismo na capital por meio de produtos que contribuam como vantagem competitiva, para o aumento da oferta turística da capital apostando no segmento de turismo cultural, uma vez que é um produto bastante aceito nos mercados nacional e internacional com considerável poder de atração para visitas.

Desta forma, como contribuição para o turismo cultural de Aracaju e fortalecimento e divulgação das rotas, a proposta deste trabalho apresenta identidade própria na entrega agregada de seis produtos: 1) o traçado da Rota da Sergipanidade; 2) o traçado da Rota dos Saberes e Fazeres; 3) a criação de logomarca identificadora das rotas museológicas de Aracaju; 4) a elaboração de catálogo digital; 5) a elaboração de catálogo físico; 6) criação do Quick Response (QR-Code), contendo o acesso virtual do catálogo das rotas museológicas.

Desta forma deixa-se livre a veiculação do produto em materiais turísticos promocionais do estado e da prefeitura Municipal de Aracaju, em jornais impressos locais e em mídias sociais e agências de turismo para que os turistas/visitantes e comunidade local tenham acesso visual gratuito das rotas.

O produto é caracterizado como inovador, por não existir ainda esse modal turístico no centro histórico ou nos espaços centrais da capital. A expectativa é que esse produto desperte e estimule os gestores para um novo olhar sobre o centro histórico, e que possa contribuir para a promoção e vantagem competitiva do destino Aracaju e a reutilização desse rico e simbólico espaço cultural.

O desenvolvimento das rotas museológicas poderá trazer como consequência, investimentos para conservação e preservação dos monumentos, incitar a elaboração de eventos e atividades culturais como forma de atrair demanda, bem como fortalecer a identidade do cidadão local por meio do hábito de visitação.

O trabalho está estruturado em quatro capítulos, além da introdução e considerações finais. No capítulo 1, a discussão gira em torno dos fundamentos teóricos da dissertação, com destaque para as categorias analíticas e conceitos utilizados.

No segundo capítulo, o foco está relacionado à metodologia utilizada na pesquisa, sua natureza e etapas, instrumentos metodológicos, critérios de definição da rotas e uma discussão sobre a vivência/experiência pessoal em centros históricos brasileiros.

O capítulo 3 está dedicado à contextualização do centro histórico de Aracaju, em termos de aspectos históricos, territoriais e patrimoniais, vinculação com o turismo urbano da capital e inventário dos museus relacionados para as rotas turísticas.

O último capítulo dedica-se à proposta de rotas museológicas no centro histórico de Aracaju, seu traçado, delimitação, atrativos complementares, a visão dos sujeitos selecionados na pesquisa e o produto tecnológico.

CAPÍTULO 1

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O presente capítulo aborda os conceitos e suportes teóricos que fundamentam a temática rota museológica, objeto de estudo desse trabalho. Para uma compreensão adequada, foram escolhidos os seguintes conceitos ou categorias analíticas: turismo cultural, centro histórico, patrimônio, museus, rotas e roteiros turísticos.

1.1 Do turismo ao turismo cultural

O turismo engloba uma gama gigantesca de atividades econômicas, políticas e sociais que estão intimamente ligadas a humanidade uma vez que, além de ser uma atividade de lazer, é também um fenômeno social que vem acompanhado de mudanças no comportamento, nos padrões culturais e morais de diversos povos e civilizações, ao longo da história.

Sabe-se que o homem já viajava em tempos remotos para visitar lugares diferentes, comercializar seus produtos, participar de encontros religiosos e até para cuidar de sua saúde. Assim, em termos históricos, o turismo teve início quando o homem passa a viajar, principalmente motivado pela necessidade de comércio com outros povos.

O fenômeno turístico está relacionado com as viagens, a visita a um local diverso da residência das pessoas. É aceitável, portanto, admitir que o turismo de negócios antecedeu o de lazer. (...) Era também econômica a motivação para grandes viagens exploratórias dos povos antigos, que buscavam conhecer novas terras para sua ocupação e posterior exploração (IGNARRA, 2003, p. 02).

O turismo instigou a formulação de diversos conceitos, porém, para efeito dessa pesquisa foi adotado o que diz a OMT (2001): “o turismo compreende as atividades de viagens de pessoas e alojamento em locais fora do seu ambiente usual durante não mais de um ano consecutivo, por lazer, negócios e outro motivos”. De acordo com a OMT, qualquer que seja o motivo da viagem sob o enfoque econômico, e mesmo que o indivíduo venha exercer função remunerada, ainda pode ser considerado como turismo, devido a atividade estar intimamente ligada à produção na geração de recursos econômicos.

Segundo Nascimento (2003), o turismo foi introduzido em 1841 por Tomas Cook na Inglaterra, como oferta de lazer, denominado *Grand Tour* sob o rótulo de viagem de estudo, conferindo aos turistas participantes um status social. As programações eram fundamentadas em passeios com atrativos de lazer denominados de turísticos. Segundo Silva e Kemp (2018),

essa nomenclatura serviu para expressar a realização de viagem através de regiões e países diversos.

Trigo (1998) afirma que o turismo organizado surge como consequência do desenvolvimento tecnológico da Revolução Industrial e da formação de parcelas da burguesia comercial e industrial com tempo, dinheiro e disponibilidade para viajar, em meados do século XIX. O crescimento da atividade turística acentua-se a partir do século XX, período classificado por Molina (2003) como a fase em que o turismo se converte em um fenômeno de movimento massivo interligado aos setores da vida econômica, social, cultural e ao meio ambiente.

Ramos e Costa (2017) afirmam que esta época foi bastante favorável ao mercado do turismo de massas que teve um crescimento considerável após a Segunda Guerra Mundial, devido ao aumento da renda familiar que permitiu a popularização da atividade turística com a organização de pacotes de viagens com itinerários fechados, uma vez que as viagens se tornam acessíveis e mais frequentes aos cidadãos.

Ao redor do mundo, portanto, o turismo cresce motivado por novas tendências de demanda e oferta e pela valorização das experiências e sensações adquiridas pelos turistas nos locais visitados. Assim, segundo Pires (2009) e Featherstone (1977), o turismo contemporâneo se molda em conformidade com as características da atualidade, forma de viagem exclusiva da modernidade.

As implicações das características do turismo pós-moderno, de acordo com Camilo e Bahl (2017), são identificadas e analisadas por intermédio de três temas basilares essenciais para o turismo, quais sejam: o conhecimento científico, a sustentabilidade e a cultura e o desenvolvimento do capitalismo, responsável por profundas alterações na conjuntura social-político-econômica que podem ser identificadas também como fundamentais para caracterizar o turismo dos dias atuais, com o potencial de contribuir para moldar o contexto em que se insere.

Nos anos noventa se inicia o chamado fenômeno do pós-turismo. Segundo Molina (2003), essa fase trouxe como causa a ruptura com o turismo tradicional de viagens de estudo e lazer demandando novas concepções, enfoques, metodologias e tecnologias, além de uma nova distribuição nos papéis do governo, empresários e das comunidades locais, ou seja, uma comunicação direta com a chamada economia de experiência que se desenvolve a partir dos serviços turísticos criativos e acabam consolidando a ideia de pós-turismo.

Tribe (1997); Bercial e Timón (2005) relatam que nos idos de 2005, o contínuo crescimento do turismo foi acompanhado por novas tendências e por grandes mudanças sociais, econômicas e principalmente tecnológicas que forçaram a adaptação da oferta às novas preferências dos consumidores, no sentido de vivenciar novos roteiros utilizando as ferramentas

de busca na internet, que além de ajudar a escolher o destino, permite avaliar os serviços e produtos oferecidos e de que modo e de qual maneira pode contribuir para a sua melhor satisfação. Essas novas tendências impactaram diretamente na reformulação das políticas de turismo, na implantação de novas estratégias e nos processos de desenvolvimento.

O turismo do Século XXI, segundo Ramos; Costa (2017), é caracterizado como fenômeno da pós-modernidade, e seu envolvimento nos processos de transformação social configura-se como fator de grandes mudanças na vida e no trabalho, no encurtamento de distâncias, na interligação de pessoas de diversas culturas e na abertura de mercados, revolucionando assim a vida do ser humano.

É correto afirmar que na contemporaneidade a globalização e o surgimento das inovações tecnológicas trouxeram mais facilidades impactando diretamente sobre a atividade turística tornando mais fácil o acesso à informação sobre a escolha do destino. Além dos inúmeros fatores de ordem individual e coletiva, numa outra abordagem, vale observar que as perspectivas relacionadas ao turismo são cada vez mais promissoras.

O turismo vem sendo tratado principalmente sob a ótica dos benefícios econômicos, seja pela geração de empregos ou pela atração de impostos o que justifica a valorização da atividade nos espaços no qual se inserem. Neste caso, Molina e Rodríguez, (1997, p. 41) afirmam que a evolução do turismo na América Latina, foi “concebida pela virtude de seus possíveis efeitos econômicos”.

Desde então, a evolução do setor turístico tem estimulado muitos destinos no Brasil a inserir novos segmentos e produtos na sua oferta a fim de impulsionar a economia local e garantir o posicionamento competitivo frente a outras destinações (TRIBE, 1997; OLIVEIRA, 2000; BARBOSA, 2005; MORAIS, 2016).

Este fenômeno tem proporcionado visualizar um cenário sob a influência de vários outros, que impactam diretamente na vida do ser humano em um processo sistêmico por meio dos fenômenos que interferem e interrompem tendências até mesmo nas destinações turísticas consolidadas tais como, oscilações no mercado financeiro, conflitos sociais e culturais, o multiculturalismo e a desterritorialização, dentre outros (FONSECA FILHO, 2008). Dentro do processo sistêmico do turismo afirma Thomazi (2006) que o produto turístico, somados aos atrativos, equipamentos, serviços e infraestrutura de apoio, impactam diretamente na escolha dos turistas pelo destino.

Para Tito, Brumatti e Nóbrega (2017, p. 435-436), o turista do século XXI cada vez mais posiciona suas escolhas de acordo com seus desejos na hora de optar por um destino de viagem. Nesse sentido, afirmam os autores que “o turista aos poucos deixa de ser passivo na organização de suas viagens e cada vez mais reconhece seu poder de decisão e escolha, em consonância aos seus desejos e necessidades”. No entanto, a viagem não representa somente um status social, mas uma forma de complementação da experiência da vida diária e de suprir o espírito aventureiro e curioso do ser humano.

Beni (1998, p. 37) afirma que o turismo é um elaborado e complexo processo de decisão na escolha do destino, que intervém em inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica,

que dita a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transportes e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional, e de expansão de negócios. Esse consumo é feito por meio de roteiros interativos espontâneos ou dirigidos, compreendendo a compra.

Com isso, as mudanças no sistema econômico possibilitaram o aparecimento de novos equipamentos turísticos bem como o aperfeiçoamento na prestação de serviços, com resultados favoráveis em divisas na balança de pagamento advindos do turismo, e valorização do setor imobiliário, com investimentos também em outros segmentos. O que sugeriu a necessidade de organização e estruturação dos destinos, conforme salienta Siviero (2005). Entretanto, a organização do espaço turístico requer um crescente discernimento e percepção, devendo estar apoiada por um processo de planejamento composto de ações conscientes e de objetivos pré-determinados.

Nas últimas décadas, as dinâmicas do setor do turismo causaram transformações constantes nos espaços, nas paisagens e no conjunto de bens, serviços e produtos oferecidos nos destinos em várias localidades, o que causou impacto relevante na economia constituindo na mudança de comportamento habitual dos seres humanos e suas motivações diversas ao se deslocar para os destinos (CARNEIRO, 2011). Outrossim, o objetivo final da atividade turística contribui para o aumento do fluxo de pessoas que se deslocam para determinada área receptora tendo como consequência incentivar o aumento das taxas de ocupação dessas unidades expandindo a economia para diversos segmentos.

Qualificado como consumo de massa, o turismo desenvolve-se no enredo crescente da economia global emergente em escala nacional e internacional expandindo seus mercados com

a produção dos bens e serviços que, conforme Silva (2019), oferecem as condições de acesso a determinados lugares.

Segundo a World Tourism Organization (UNWTO, 2012), o impacto trazido pelo turismo produziu um rápido desenvolvimento devido ao crescente aumento de novos destinos e a gama de produtos diversificados em suas prateleiras. De acordo com Silva (2019, p. 19), os dados de crescimento do turismo com efeito direto e indireto no turismo,

somam em 10% do PIB mundial e quanto ao fluxo de turistas internacionais passou de 25 milhões em 1950, para 1,18 bilhão em 2015, com projeção de 1,86 bilhão para 2030. No Brasil o número de turistas internacionais gira em torno de 5 e 6 milhões desde 2013. A projeção de crescimento e países emergentes é de 4,6%, no mundo é de 3,9% e nos destinos consolidados de 3,3%.

Inegavelmente, para Beni (2012), o turismo se valoriza cada vez mais e segue estimulado por novos desafios econômicos, sociais e culturais no sentido de fortalecer o processo de decisão e escolha do consumidor, muito embora seja bastante complexo aliar os determinantes da oferta para atender a uma ampla gama de interesses dos potenciais consumidores a um bem turístico, por serem um composto de itens ofertados conjuntamente.

Atendendo a sua própria lógica, o capital se reproduz na sociedade do lazer, circula e se acumula no âmbito do negócio do turismo, onde o lazer se transforma em mercadoria de compra e venda, no negócio das denominadas mercadorias imateriais.

Para Chias (2007), a heterogeneidade que compõe a demanda é um dos fatores que movimentam o mercado turístico a partir da disponibilidade da oferta existente. De acordo com o Ministério do Turismo-MTur (2010), conforme o quadro 1, existem quatro elementos básicos que compõe o mercado turístico.

Quadro 1 - Elementos do mercado do turismo

Demanda: conjunto de consumidores ou potenciais consumidores, de bens e serviços turísticos;
Oferta: conjunto de produtos, serviços e organizações envolvidas ativamente na experiência turística;
Espaço geográfico: base física na qual tem lugar a conjunção ou o encontro entre oferta e demanda, em que se encontra a população residente (considerada um agente social turístico ou um importante fator de coesão ou desagregação no planejamento do turismo);
Operadores de mercado: empresas e instituições facilitadoras das relações entre a demanda e a oferta.

Fonte: Elaboração própria, adaptada MTur (2010), 2019.

O volume de negócios em torno da atividade turística envolve os mais diferentes interesses econômicos, representados pela indústria de construção civil, redes hoteleiras, agências de viagens, companhias aéreas e terrestres, setor de alimentação, administradoras de cartões de crédito, locadoras de veículos, organizadores de eventos, entre outras, que fazem do turismo um mercado altamente competitivo e rentável, capaz de garantir o equilíbrio entre a oferta e a demanda (FIDA, et al., 2008).

De acordo com Boullón (1983), outro componente importante no produto turístico, associado à oferta e demanda, é o atrativo, sem a qual um país, uma região ou destinação não poderiam empreender o desenvolvimento turístico.

A cadeia de setores se agrupa para formar e oferecer produtos turísticos, muito embora a criação e oferta sejam realizadas de formas diferentes dos bens industriais, porém em alguns aspectos da contextualização são comuns aos dois, como o benefício e solução esperados pelos clientes e a percepção de valor a ser pago.

Para Valls (2006), Isaac (2008) e Marujo (2014), a construção do processo turístico permite que os diversos setores da economia atuem como fornecedores, distribuidores e consumidores dentro de uma rede de valores para os diversos segmentos. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda.

Por sua vez, turismo cultural é uma área-chave de desenvolvimento local em que a comunidade é conduzida a resgatar sua história, cultura, hábitos e costumes. Atualmente, existe uma demanda crescente por esse tipo de turismo na qual é permitido aos visitantes observar os eventos locais e os estilos de vida e deles participar de uma forma não-artificial. Em resposta a isso, Reis Filho (2000) ressalta que existem esforços para a mudança de uma mentalidade turística de massa para outra em que experiências turísticas culturais são vivenciadas.

Os setores de viagens, alimentação e hospedagem estão no foco principal do sistema turístico cultural. Influenciados pela internet por meio dos canais digitais, passaram a conferir diretamente a opinião do consumidor, fazendo com que o mercado repensasse suas formas de gerenciamento para atender a demanda solicitante, cada vez mais exigente.

Durante os últimos anos, de acordo com Biesek; Tarlombani (2010), diversos organismos internacionais e centros de investigação vêm chamando a atenção sobre a necessidade de modificar os modelos de gestão do turismo cultural para uma gestão mais adequada nos locais de interesse turístico, como por exemplo a preservação de espaços identitários.

Tais estratégias têm como objetivo fundamental a não transformação de patrimônio em apenas um produto, utilizando a imagem e o atrativo como facilitador do consumo cultural. Contudo, o mercado do turismo não deve ser visto apenas como a oferta de um destino e a demanda por ele produzida, mas também pela motivação e interesse no uso destes produtos.

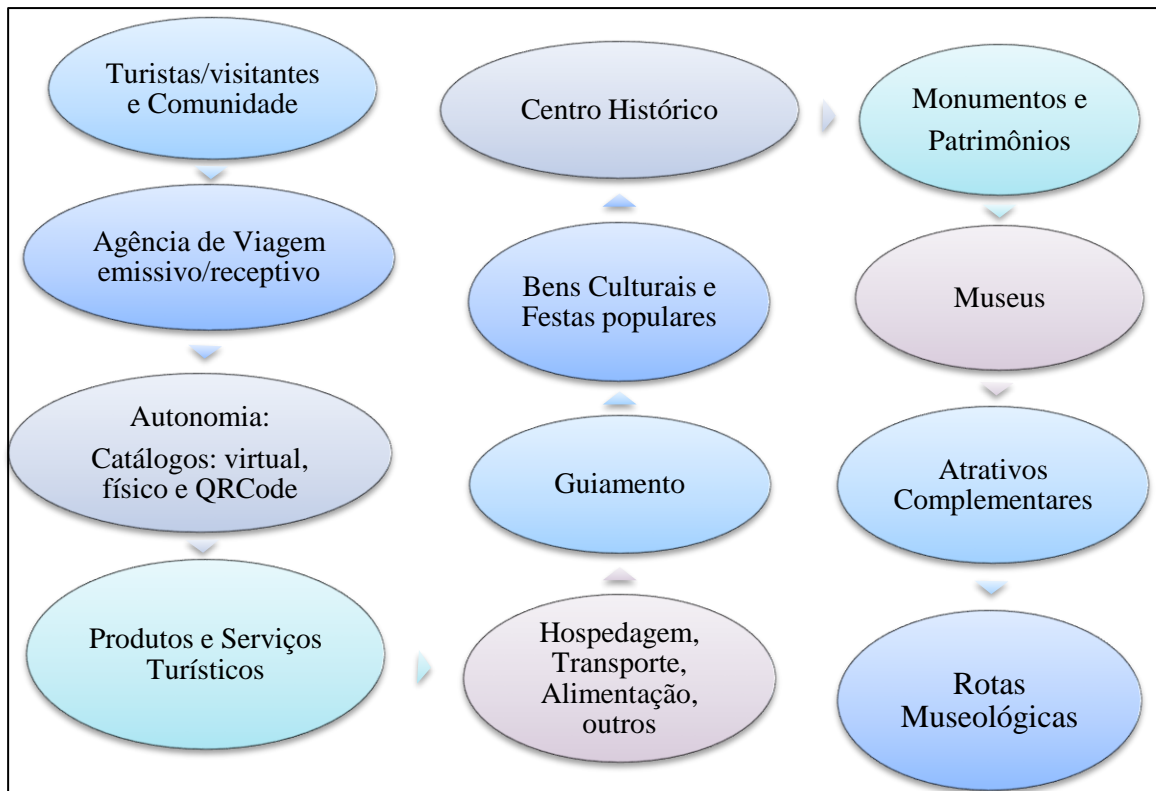
No Brasil, vem crescendo a diversificação da oferta de produtos turísticos não ligados apenas às praias e ao litoral, mas à pluralidade da cultura e dos recursos naturais, destacando o segmento do turismo cultural como uma área de crescente desenvolvimento local em que a comunidade é conduzida a resgatar sua história, cultura, hábitos e costumes a fim de poder transmiti-los para o turista (COUGO, 2007).

Segundo Cougo (2007), a motivação do deslocamento do turista é vivenciar aspectos e situações consideradas como particularidades da cultura da região visitada. A noção de cultura no passado estava ligada à ideia de civilização, e atualmente vem sendo discutida e ampliada no sentido de contemplar as diversas formas de ser e de fazer da humanidade.

O turismo cultural, conforme Reis e Carla (2003), é considerado um dos potenciais filões para a valorização da cultura de um local. A demanda crescente pelo turismo cultural tem atraído muitos espectadores, pois permite que os visitantes participem de eventos locais, com diferentes estilos de cultura. Em resposta a isso, Reis (2000) ressalta que as experiências turísticas mais especializadas sejam desenvolvidas e oferecidas de uma forma mais pessoal. Para Reis e Carla (2003, p. 59), “o respeito e colaboração com as culturas locais, podem trabalhar de forma integrada para que elas sejam agentes participantes voluntárias e não objetos de consumo”.

Para o MTur, as características dos atrativos do turismo cultural são diferenciadas de outros segmentos, devido a ampla possibilidade no desenvolvimento de produtos junto a capacidade de envolvimento da comunidade em sua cadeia produtiva. Assim, na figura 1, é possível apresentar elementos que evidenciam a cadeia produtiva deste segmento com atividades voltadas a elementos de atração da demanda agregado aos valores materiais e imateriais (MTUR, 2010).

Figura 1 - Cadeia produtiva do turismo e do turismo cultural



Fonte: Elaboração própria, adaptada de BRASIL (2010).

Na visão de Richards (2009), a cadeia de produtos e serviços tende a beneficiar outros segmentos do turismo, a partir do momento que utiliza os recursos culturais como atrativo na captação de turistas, impactando diretamente no tempo de permanência dessas pessoas no destino.

Segundo Rodrigues (2005); Miranda (2004), a atividade turística é desenvolvida sob o impulso de motivações diversas e cada região ou país tem sua cultura própria, valores e costumes que servem de motivação na escolha dos destinos. Conforme apresentado no quadro 2, a procura e a oferta tem como poder induzir o ato da compra de modo que, imbuído no processo de decisão do consumidor em turismo, está o que lhe traz melhores benefícios dentro de suas restrições de tempo, renda e habilidades ultimando tudo que seja necessário para sua viagem.

Quadro 2 - Influência da cultura na procura e na oferta turística

Procura	Oferta
Maior interesse na cultura, principalmente como fonte de identidade e de diferenciação face à globalização;	Desenvolvimento do turismo cultural para estimular o emprego;
Aumento dos níveis de capital cultural estimulado pelo nível de ensino;	Turismo cultural visto como um mercado em crescimento e como um turismo de qualidade;
Envelhecimento das populações nas regiões desenvolvidas;	Aumento da oferta cultural como resultado do desenvolvimento regional;
Estilos de consumo pós-moderno (ênfase no desenvolvimento pessoal);	Maior acesso às informações sobre a cultura e o turismo através das novas tecnologias;
Desejo de formas diretas de experiência;	Surgimento de regiões ansiosas por estabelecer uma identidade cultural distinta;
Importância crescente da cultura imaterial e o papel da imagem;	Problemas de financiamento cultural relacionados com o aumento da oferta da cultura;
Aumento da mobilidade para facilitar o acesso à outras culturas;	Aumento do fluxo para visitas aos museus.

Fonte: Elaboração própria, adaptada de Richards (2009, p. 20). 2019.

As viagens turísticas tem sido uma forte tendência e por meio dessas incursões pode-se conhecer lugares dos mais inusitados, pessoas com diferentes culturas e costumes que ensinam de maneira viva e autêntica suas histórias. Segundo Barretto (2000), o viajante que se desloca com esse objetivo vai em busca do turismo cultural, aquele em que o principal atrativo é o aspecto da cultura humana e seus costumes.

Simão (2002, p. 45) entende que “o turismo se apresenta hoje como uma das principais atividades socioeconômicas que se compatibilizam com a presença do turismo cultural” considerado como uma atividade de importância global com relevante impacto na contribuição e distribuição de renda de muitas localidades, sejam grandes ou pequenas (SANTOS e ANTONINI, 2004).

Não obstante, afirma Mckercher; Ho; Cros (2004) que os lugares culturais devem funcionar em primeiro lugar como espaços de interesse popular, para que a comunidade local usufrua das benesses trazidas pelas atividades e não somente pelo ou para o turismo.

Pela mesma razão, o MTur (2014, p. 7) afirma que “a relação entre turismo e cultura pode ser vista como um elemento importante na preservação das identidades culturais”. É a partir dessa relação que Richards (2009); Laraia (2003) entendem ser possível ajudar os destinos a tornarem-se mais atraentes e competitivos como locais para viver, visitar e/ou

trabalhar, e independentemente da sua concepção, desempenham um papel fundamental para estimular o turismo cultural.

O interesse pela história, gastronomia e pelo patrimônio material atrai cada vez mais o tipo de público que valoriza hábitos, costumes e tradições locais e coloca como relevância a preservação e o papel contemporâneo das áreas históricas, priorizando as criações humanas produzidas e cultivadas em sociedade

O turismo cultural também tem representado uma das mais amplas estratégias de desenvolvimento sustentável que, aliado ao planejamento econômico e à infraestrutura local, fortalece a busca pela preservação dos recursos naturais e culturais para as gerações futuras. Neste sentido, a ligação entre cultura e turismo se reflete diretamente nas aspirações das pessoas que buscam beneficiar-se com atividades de lazer (BENI 1999).

O surgimento de novas oportunidades de desenvolvimento para o mercado de massa trouxe expansão e estímulo fortalecendo a economia de muitos destinos turísticos, apontado também, este período, como sendo de transformação do turismo cultural (UNWTO, 2012).

De acordo com Marujo (2015), somente com a fragmentação do mercado de massas em 1990, é que o turismo cultural foi reconhecido causando um acelerado crescimento e forçando os gestores a criarem novas infraestruturas e desenvolverem novos recursos culturais para atrair mais turistas (RICHARDS, 2009), haja visto que um destino turístico cultural necessita de recursos e de atrações que forneçam símbolos e imagens.

Para Vaquero (2006), turismo cultural constitui-se como uma das manifestações de consumo de massas, motivada pelo desejo de adquirir novas experiências através do contato direto com a cultura local e seu ambiente histórico. Enquanto Marujo (2015) afirma ser uma dialética permanente entre material e imaterial, antigo e moderno. De acordo com a autora, o turismo cultural possui um conceito abstrato, por depender da motivação e das percepções a partir do olhar dos indivíduos que observam.

A Organização Mundial de Turismo (OMT), segundo Henriques (2003, p. 49), define turismo cultural como “toda a viagem que pela sua natureza satisfaz a necessidade de diversidade, de ampliação de conhecimento, que todo o ser humano traz em si”. Ainda de acordo com Henriques (2003, p. 49), refere-se apenas à “viagem por motivos unicamente culturais ou educativos”. Contudo, Richards (2009) entende que muitas viagens a eventos têm a cultura como um objetivo secundário, e que nem todo consumo feito por turistas é estimulado por motivações culturais.

Na compreensão do MTur, em parceria com o Ministério da Cultura (MinC) e Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), o segmento do turismo cultural está

voltado para atividades relacionadas às vivências de elementos significativos do patrimônio cultural material e imaterial, e a eventos que valorizam e promovem os bens materiais e imateriais da cultura (BRASIL, 2010).

Segundo Nunez (2017), o patrimônio é amplamente considerado como o conjunto de objetos materiais e imateriais que definem um povo. Nesse contexto, afirma Nascimento (2003) que o dimensionamento atribuído ao turismo cultural está relacionado a uma série de elementos que em seus ramos não passam de uma criação da própria indústria do turismo para fortalecer o mercado com novos produtos, tendo como atratividade, a vivência, o patrimônio cultural, os eventos, e a valorização e promoção dos bens materiais e imateriais. Além disso, a divulgação e utilização dos atrativos culturais oportunizam a valorização e facilitam o acesso de moradores e turistas (BRASIL, 2010).

O turismo cultural aponta para o sustento e valorização de povos e cidades, e em diversos países é utilizado como promotor da paz e conhecimento de outras culturas. Assim, para o MTur (2010), a estruturação e promoção de produtos turísticos culturais revelam importantes exemplos de boas práticas em destinos que servem de referência para o segmento, a fim de favorecer o seu desenvolvimento. O MTur classifica alguns tipos de turismo cultural que fortalecem o processo de segmentação de acordo com o interesse da demanda (Quadro 3).

Quadro 3 - Tipos de turismo cultural

Turismo Cívico	Ocorre em função de deslocamentos motivados pelo conhecimento de monumentos, acompanhar ou rememorar fatos, observar ou participar de eventos cívicos que representem a situação presente ou da memória política e histórica de determinados locais.
Turismo Religioso	Configura-se pelas atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa institucionalizadas, independentemente da origem étnica ou do credo.
Turismo Místico e Esotérico	Caracterizam-se pelas atividades decorrentes da busca da espiritualidade e do autoconhecimento em práticas, crenças e rituais considerados alternativos.
Turismo Étnico	Constitui-se de atividades que envolvem a vivência de experiências autênticas e o contato direto com os modos de vida e identidade de grupos étnicos.
Turismo Cinematográfico	Novas tendências mundiais como estratégia de atração da demanda, com finalidade de aumento da competitividade e da inovação de produtos turísticos.
Turismo Arqueológico	O estudo e a prática do turismo arqueológico podem ser considerados atividades recentes no Brasil, bem como as discussões sobre os conceitos básicos do segmento.
Turismo Gastronômico	Segmento turístico para a vivência da experiência da cultura local pelo turista por meio da culinária típica.
Enoturismo	O termo enoturismo passou a ser utilizado na Itália quando as visitas a locais onde se produziam vinhos passaram a ser considerados como atrativo de roteiros, e não simplesmente uma atividade complementar destes.
Turismo Ferroviário	Roteiros turísticos ferroviários, que fazem parte da programação cultural e turística do destino.

Fonte: Elaboração própria, adaptada de Turismo Cultural: Orientações Básicas BRASIL (2010).

Os discursos elaborados sobre o patrimônio das localidades podem revelar como esta atividade vem se desenvolvendo e utilizando o turismo cultural enquanto estratégia de desenvolvimento social e abre possibilidades tanto para a manutenção de modelos de desenvolvimento, como para a implementação de modelos sustentáveis na qual a população é participante e tem sua cultura valorizada (FIGUEIREDO, 2006).

O patrimônio constituído ou o que se elege como tal deve ser preservado, junto à coletividade. Neste sentido, pensar o turismo cultural como uma estratégia de desenvolvimento sustentável sugere a participação da população no planejamento do turismo, como forma de garantir que os benefícios provenientes da atividade sejam experimentados por um maior número de pessoas e não fique restrito a um pequeno grupo. Contudo, o desafio maior é fazer com que a motivação do visitante não esteja somente no atrativo, mas sim que essa troca de experiências seja representativa para que ele retorne outras vezes ao destino como também divulgue através da comunicação boca à boca ou em redes sociais, visto que a tecnologia é um elemento aliado para o desenvolvimento da atividade turística.

O desejo por descobrir novos lugares sempre fez parte da vida humana, conforme afirma Rezende (2016), e o encontro entre visitante e anfitrião é uma das mais antigas formas de cultura. Assim, turismo cultural pode ser entendido como o segmento que busca realização através das práticas culturais e troca de conhecimento desenvolvidas por meio do acesso aos elementos presentes na cultura de um povo.

Destarte, o turismo cultural pode se constituir em uma forma de lazer educacional o que contribui para a valorização e sensibilização por parte do visitante ao considerar determinados aspectos sobre a cultura local da comunidade visitada (COSTA et al., 2015).

O MTur (2010) identifica algumas atividades desenvolvidas no âmbito do turismo cultural que partem da elaboração de políticas e formatação de produtos turísticos culturais e podem auxiliar na definição do destino e fortalecer o seu posicionamento no mercado tornando-o mais competitivo (Quadro 4).

Quadro 4 - Atividades do turismo cultural

Atividade	Descrição
Visitas a comunidades tradicionais e/ou étnicas	Visitas a comunidades representativas dos processos imigratórios, comunidades indígenas, quilombolas e grupos sociais que preservam seus legados étnicos.
Visitas a sítios históricos	Visitas a lugares de interesse histórico-cultural que representam testemunhas da cultura nacional, regional ou local.
Visitas a sítios arqueológicos e/ou paleontológicos	Visitas a sítios arqueológicos e paleontológicos com relevância histórico-cultural.
Visitas a Espaços e Eventos Religiosos	Visitas a espaços e eventos cuja motivação principal seja a busca espiritual e a prática religiosa de apresentações artísticas de caráter religioso entre outros.
Visitas a lugares místicos e esotéricos	Visitas a espaços e eventos cuja motivação principal é a busca da espiritualidade e do autoconhecimento em práticas, crenças e rituais considerados alternativos.
Visitas a monumentos e celebrações cívicas	Eventos cívicos que representem a situação presente ou memória política e histórica de determinados locais.
Visitas a Museus e Casas de cultura	Visitas a locais destinados à guarda e conservação de objetos de caráter cultural ou científico.
Visitas Gastronômicas	A visitação de roteiros, rotas, circuitos e eventos gastronômicos que representam as tradições culinárias da região.
Passeios para festas, festivais, celebrações locais e manifestações populares	Realização de passeios para festas e festivais locais para apresentações de formas de expressões culturais com fins de informação cultural ou recreação, relacionados à música, dança, folclore ou manifestações de crenças, rezas, novenas etc.
Passeios para cinemas e teatros	Realização de passeios culturais para teatros e cinemas, conforme programação local.

Fonte: Elaboração própria, adaptada de BRASIL (2010), 2019. Grifo nosso.

A evolução e a promoção de atrativos associadas ao turismo cultural, bem como a diversidade de produtos e atividades culturais associados a outros segmentos, colaboram para a redução do período de sazonalidade turística nos destinos. Assim, podemos reconhecer o turismo cultural como uma forma de turismo, onde a cultura incide diretamente na motivação para muitos turistas e/ou visitantes escolherem seus destinos.

1.2 Os múltiplos usos dos centros históricos

As cidades são produtos das sociedades que as constroem espontânea e deliberadamente, num processo constante e ininterrupto. Importantes funções sociais, econômicas, patrimoniais e cívicas tem como eixo central os centros históricos compostos por atividades econômicas, sociais e habitacionais, constituindo um espaço de transformação conferido como legado das sociedades passadas e um trampolim para as vindouras.

Via de regra, a área mais antiga se tornou gradativamente o centro da cidade moderna, que coincide normalmente com o núcleo de origem do aglomerado, de onde irradiaram outras áreas urbanas. Por isso, é importante enfatizar que o centro histórico de uma cidade exerce certo “poder de atração sobre os habitantes e turistas” (CAVÉM; 2007, p. 16).

Os centros históricos representam a formação arquitetônica inicial da cidade, e suas estruturas urbanas tem sido cada vez mais acionadas e usadas por diferentes grupos e instituições nas manifestações políticas, econômicas, sociais e culturais nos diferentes espaços e no tempo histórico, como testemunhos de civilizações (SALCEDO, 2007).

A importância crescente do simbolismo dos lugares tem ligação estreita com o consumo turístico destes espaços e, neste sentido é cada vez mais forte a relação entre consumo, lugares e turismo. Por décadas, tem-se assistido à presença de espaços de consumo nos núcleos históricos, precisamente porque estes espaços são representativos do sucesso cultural e econômico da cidade.

Os centros das cidades são os pontos de referência maior, porque é neles que se concentra a maior parte da nossa identidade, da nossa memória. Funcionam como o velho retrato de família que, como se costuma dizer, ninguém rasga (LERNER, 2001, p. 52).

As transformações provocadas pela mudança nas formas de uso e de usuários dos espaços centrais tem sido objeto de estudo de muitos pesquisadores fazendo com que assuntos referentes à centralidade ganhem cada vez mais complexidade e importância. Neste entendimento, vale destacar o que aqui se entende como centralidade: a capacidade de influenciar enquanto espaço de notoriedade, favorecido por uma considerável capacidade de agregar diversos grupos sociais e de estimular uma sucessão de novos serviços, negócios e lojas, os quais estão majoritariamente voltados às diversas camadas da população.

Pode-se entender, de acordo com Lima (2007, p. 55), que

a centralidade representa um anseio para com o poder cultural e detém duas características bastante marcantes: uma de mercado, por atrair outros empreendimentos e instituições, e uma simbólica, já que se apresenta como a parte mais elegante e glamourosa da cidade, ocupando importante papel no discurso de uma cidade moderna, sofisticada e apta para adentrar a rota do turismo e do consumo cultural.

Entretanto, segundo Frúgoli (2000), a apropriação social dos espaços urbanos tende, cada vez mais, a ocupar as áreas centrais a despeito de fatores como dinâmica econômica. Ademais, a atuação dos diferentes grupos sociais se torna importantes pontos dentro da área citadina.

Ainda sobre esta temática, Frúgoli (2000) aponta uma visão sobre a relação entre o centro e a cidade, sob duas tipologias da cidade moderna e contemporânea na qual a primeira estaria baseada na existência de um centro único, sendo este concentrador de alta densidade, porém, considerado uma área “morta” fora dos horários de trabalho.

Na segunda tipologia, as cidades apresentam uma centralidade fragmentada por vários centros, com áreas em ampla competitividade, influenciadas pela dinâmica econômica, pelas ações do poder público e dos diferentes grupos sociais que funcionam como importantes pontos de superação dentro da área urbana.

Apesar do processo de deterioração identificado nos espaços urbanos centrais, os centros históricos constituem-se num elemento primordial para a construção de novos diálogos sobre o espaço urbano e a ocupação territorial, sendo também favorecido pela dinâmica econômica voltada ao turismo.

De acordo com Peixoto (2017), as dimensões urbanas, o fluxo turístico, as demandas de mercado e a dimensão do lazer e das intervenções urbanísticas, justificam o interesse social em produzir ações capazes de melhorar a imagem da cidade, perpetuar sua história e promover a reutilização dos centros históricos para dinamizar atividades comerciais e atrair investimentos turísticos (MALAVSKI, 2010).

Segundo Salgueiro (2005), enquanto nesses espaços se localizam os estabelecimentos comerciais mais importantes da cidade, sedes de empresas e da administração pública, outras funcionalidades também lhe são atribuídas enquanto lugar de convívio e lazer, onde se concentram importantes fluxos de pessoas, que frequentam para passeio, encontro com amigos, realização de compras, para assistir a espetáculos ou simplesmente andar e fazer turismo em suas múltiplas práticas.

É a partir desses múltiplos usos do centro histórico e das novas formas de comportamento que o turismo traz sob o olhar das sociedades a reconfiguração dos centros históricos na produção de novos estilos de vida urbano (CARVALHO, 2011). Este núcleo corresponde ao centro funcional tradicional das cidades, o qual, apesar de ter perdido alguma atratividade, “permanecerá sempre como a parte antiga da cidade, e isso explica que o elemento mais marcante de um centro histórico na atualidade seja a sua imagem simbólica” (CAVÉM, 2007, p. 16).

Desta forma, Precedo Ledo (1996) corrobora que os centros históricos são representações, tanto do conservacionismo, quanto da renovação e estão inseridos no meio urbano como memória coletiva a partir da evolução das variações e das dinâmicas das cidades.

O referido autor propõe uma forma representativa de um modelo de composição, hipotética dos centros históricos, considerando componentes essenciais contidos nesses espaços como a monumentalidade, partindo dos receptáculos de valor monumental aliado à historicidade, ou seja, à identidade ao testemunho do passado, porém com sua importância variada de acordo com cada centro histórico.

Para Borja (2001), a referência ao lugar de pertencimento de vida dos moradores está representada pela habitabilidade do centro histórico que junto à centralidade urbana guarda ainda, em muitos casos, marcas objetivas do passado. Em termos de arquitetura, se colocada ao lado das outras formas resultantes da transformação urbana nota-se ainda, elementos dotados de carga simbólica culturalmente significativa para a identidade urbana de uma cidade, compondo um panorama idealizado de reconhecimento (PESAVENTO, 2008).

Independentemente de quais sejam os conflitos urbanos nos espaços históricos das cidades, ainda existe a vitalidade, o movimento, as mudanças, as contradições, a vida que pulsa em meio a tradição cultural (Quadro 5).

Quadro 5 - Componentes do centro histórico

Componentes	Tratamentos	Movimento	Elementos Arquitetônicos Especiais
Monumentalidade	Restauração e novos usos	Pedestres e mudanças periféricas- mobilidade	Edifícios singulares
Historicidade	Conservação	Pedestre	Conjunto de construções em espaços abertos
Habitabilidade	Renovação	Circulação limitada	Casas, ruas, espaços abertos, dotação
Centralidade	Funcionalidade	Maximização da mobilidade	Linguagem formal
Vitalidade	Revitalização	Circulação restrita	Amenidade

Fonte: Elaboração própria, adaptado de Precedo Ledo (1996, p. 249).

Castrogiovanni (2000, p. 383) afirma que “o tecido urbano é dinâmico e seu traçado é uma arte processual representada por uma leitura temporal”. Neste mesmo contexto, considera Wainberg (2000, p. 13) que “a cidade deve ser vista como uma escritura, uma fala para ser interpretada pelo seu observador e deve ser desvendada através da exploração”. É uma representação da condição humana que se forma a partir da procura do homem na adaptação do seu espaço e das suas necessidades, a partir da sua relação com a natureza, independentemente de sua adjetivação como centro histórico, de negócios ou simplesmente centro da cidade (ROLNIK, 1988).

A literatura atual sobre os processos de gentrificação concentra-se principalmente na análise de áreas impactadas por operações de renovação urbana resultantes dos processos sociais. Segundo Bidou-Zachariassen (2006), os desafios na articulação e transformação urbana, social e estrutural dos territórios evidencia o processo de substituição das classes populares em setores desvalorizados das grandes cidades.

A organização espacial urbana tem passado por inúmeras mutações que fundamentam as sociedades contemporâneas e assinalam a evolução de determinados territórios com influência aos novos moldes de organização espacial e funcionamento da sua estrutura, sob a forma de tecidos urbanos dispersos e fragmentados. A cidade pós-moderna testemunha movimentos simultâneos e paradoxais, em que o espaço atua como produto social (MENDES, 2011).

As representações da cidade moderna, segundo Andrade (1999), constituem-se pela intervenção planejada do homem na organização do espaço urbano, como uma das principais fontes da imagem da cidade como reino do artifício e do inautêntico, pois acreditava-se que a relação entre o homem e a natureza deveria ser pautada pela harmonia, vez que o homem para sobreviver, não precisaria intervir e alterar a paisagem do lugar.

Contudo, a cidade enquanto espaço de construção social abrange elementos alusivos ao desenvolvimento dos diferentes grupos sociais, em termos de materialidade, caracterizada pelos monumentos, e de imaterialidade cultural, expressa nas tradições populares, de uma determinada coletividade (CARVALHO, 2010).

Tais atributos constituem-se importantes recursos agenciados pelo turismo sob a forma de roteiros, produtos e atrações. Nas áreas dos centros históricos, devido ao fluxo de visitantes, essa atividade contribui para o revigoramento do patrimônio cultural, ao mesmo tempo em que provoca alterações nos locais onde se desenvolve e, em alguns casos, altera o sentido e o significado do espaço urbano e a dinâmica específica das comunidades receptoras.

A partir da incorporação das cidades no mercado de consumo cultural, o desenvolvimento de ações integradas, envolvendo diversos segmentos sociais, podem assegurar a sustentabilidade local, no sentido de promover maior integração entre turistas e comunidades nos espaços de uso turístico, como os centros históricos. Segundo Swarbrooke; Horner (2002), o incentivo da oferta de produtos turísticos trazidos pela criação de roteiros, serviços e atrações nos centros históricos, podem tanto atender as necessidades da demanda, como proporcionar ao turista/visitante maior proximidade com o cotidiano e a tradição dos lugares visitados.

O desenvolvimento de estratégias de valorização dos marcos urbanos geralmente concentrados nos centros históricos, de acordo com Jansen-Verbek e Levois (2002), se torna de

grande interesse para o planejamento das políticas públicas para a promoção de um desenvolvimento turístico balizado na sustentabilidade, ou seja, há “obtenção de modelos turísticos integrados à economia e à sociedade que respeitem o patrimônio arquitetônico e o meio ambiente e que se preocupem com as novas demandas de acessibilidade e mobilidade que o turismo propõe” (VINUESA, 2004, p. 35).

Do artesanato aos serviços gastronômicos, da música ao patrimônio material ou imaterial, das festas aos passeios históricos, a conciliação entre economia, cultura, turismo e sociedade promove benefícios e favorece a sustentabilidade dos micros e pequenos negócios urbanos. De modo mais específico, cabe ressaltar a capacidade de gestão, acesso a financiamento, acesso à informação e novas tendências de ocupação e uso dos centros históricos.

Conforme Jansen-Verbek e Levois (2002), tais questões passam por termos chaves como: a transformação de recursos históricos em produtos de turismo urbano; a preocupação com a identidade cultural das cidades na sensibilização e interpretação dos patrimônios material e imaterial; o gerenciamento do sistema urbano; e os recursos visitados no sentido de melhoria da qualidade de vida.

Do mesmo modo, a motivação pode ser umas das variáveis para contribuir na escolha do destino, por ser um fenômeno dinâmico e evolutivo, além disso, as motivações variam de acordo as experiências positivas ou negativas do indivíduo, a informação disponível sobre o destino, a idade do indivíduo, etc. (Blanco et al., 2003).

Um estudo com base em dez destinos urbanos europeus realizado pela KPMG² (1993), identificou a lembrança (imagem do lugar) como fator de procura pelos destinos, enquanto Jansen-Verbeke e Levois (2002) apresentam os motivos das visitas nesses destinos (Quadro 6).

² A KPMG International é uma rede global constituída por firmas-membro independentes, de pesquisas que operam em 155 países ao redor do mundo. Disponível em: <http://www.kpmg.com.br/relatoriodesustentabilidade2012/port/ra/2012/02.htm>. Acesso em 19.jan.2020.

Quadro 6 - Fatores determinantes de visitas em destinos europeus

Imagens dos lugares	Motivação da visita
Ambiente agradável	Conhecimento dos arredores das cidades
Herança cultural/histórica	Museus, atrações e artes
Museus	Compras
Atrações turísticas	Visita a lugares e praças
Atividades culturais	Comidas e vinhos
Preços	Bares
Restaurantes	Segurança e transportes públicos

Fonte: Elaboração própria, adaptado do texto de Jansen-Verbeke; Lievois (2002) (Grifo nosso).

Para Van der Borg et al. (1996), lugares históricos e cidades que oferecem uma agenda cultural variada abrem novas perspectivas para a economia urbana acarretando em novos desafios para o desenvolvimento econômico das localidades.

O turismo vem provocando uma nova releitura dos espaços e das paisagens dos centros históricos das cidades e essas transformações independem da modalidade de turismo que se instala, sejam elas culturais, de lazer, de negócios, de eventos, dentre tantas outras que possam trazer reconhecimento turístico.

Para Vargas e Castilho (2009), as interferências nos centros históricos presumem não somente o seu dado valor histórico e patrimonial, mas, principalmente a capacidade funcional da estrutura urbana desses antigos espaços centrais e multifuncionais de se readequarem as transformações para o uso turístico. Pois, de acordo com Cruz (2002, p. 17), o “turismo concorre, no processo de transformação dos territórios para o seu uso, com outros usos do território bem como com formações socioespaciais precedentes a seu aparecimento”.

Dentro dos espaços centrais as intervenções urbanas transformam as estruturas em ações alternativas para aplicar investimentos nos mais variados tipos de segmento públicos e privados, seja por meio da reabilitação de cenários antigos ou pela inserção de construções totalmente novas (LEITE, 2007).

1.3 Patrimônio e interpretação patrimonial

O historiador, arqueólogo e museólogo Hugues Varine-Bohan (1975) faz uma análise abrangente onde afirma que patrimônio se define por três categorias: os elementos pertencentes ao meio ambiente, local viável para habitar; os saberes e fazeres das comunidades; e os objetos construídos por mãos humanas. Para o autor, esses três fatores criam ambiência para a formação do patrimônio cultural.

Segundo Abreu (2015), ao longo dos tempos o conceito de patrimônio cultural recebeu diversos adjetivos (histórico, artístico, móvel, imóvel, tangível, intangível, paisagístico, material e imaterial, tesouro vivo, etc) que sinalizam para o tempo e espaço, lugar social, além de sentimentos políticos entre as lembranças dos indivíduos.

Em sentido etimológico, patrimônio deriva de *patrimonium*, uma junção de “patri” que designa “pai”, e “monium” que se refere a herança, expressando um conceito social reivindicado ou apropriado, vindo daí, o termo patrimonialização empregado para designar todo o processo de constituição de patrimônios da sociedade. Conforme considerado por Dominique Poulot (2009), a forma como uma sociedade constrói seus patrimônios mantém viva a memória e a identidade transmitida para gerações futuras.

Regina Abreu (2015) distingue três grandes momentos nos processos de patrimonialização: a criação de agências nacionais e internacionais que vai do século XIX a primeira metade do século XX, pautada pela busca da valorização da arte nacional; a criação da Organização das Nações Unidas para Educação Ciência e a Cultura - UNESCO; e nos anos 1980 a proposta da UNESCO, no tocante a preservação das singularidades locais.

No Brasil, durante o Estado Novo (1937-1945), o chamado Patrimônio Histórico Nacional transforma o tombamento em preservação, tendo como papel principal a conservação e preservação de bens materiais, privilegiando dois fatores: o patrimônio em “pedra e cal” (igrejas, fortes, conjuntos urbanos etc.) e as expressões culturais de determinadas classes ou grupos sociais (FONSECA, 1997).

Desde muito cedo a humanidade busca conhecer e estudar seu passado por meio de monumentos, e inicialmente o termo patrimônio aplicava-se apenas a algo material, “palpável” e não se consideravam as manifestações culturais. Entretanto, na atualidade, o conceito evoluiu na sua forma de expressão no que compreende o sentido de patrimônio para além do que é material (TOFOLLO; CARDOZO, 2013).

Segundo a UNESCO - Organização das Nações Unidas para Educação à Ciência e a Cultura (s/p. s/d), a cultura agrega o patrimônio cultural como o “fundamento da identidade, da

sinergia e das ideias criativas dos povos, a cultura, em toda sua diversidade, é fator de desenvolvimento e coexistência em todo o mundo”.

Esta reflexão sobre o significado da cultura infere importância sobre a mesma, quando confere identidade ao povo e aos seus produtos. Com relação ao patrimônio, o referido órgão pondera que o patrimônio é o “legado que recebemos do passado, vivemos no presente e transmitimos às futuras gerações” (www.unesco.org.br). Barretto (2000) considera que o patrimônio agregado a sensação de sequência histórica por meio de monumentos é um intermediário entre o passado e o presente, entendendo, o monumento como algo importante para estabelecer a transmissão de conhecimentos e/ou objetos que por meio do patrimônio funciona como elo entre passado e presente, contribuindo com a memória histórica da humanidade.

Segundo Toffolo; Cardozo (2013), o patrimônio cultural material ou imaterial enquanto herança histórica de um local ou comunidade ultrapassa o sentido de memória quando transmitido aos seus descendentes. De acordo com Grinover (2009, p. 14), o patrimônio “não é só o legado que é herdado, mas o legado que, através de uma seleção consciente, um grupo significativo da população deseja legar ao futuro”. Corroborando, Silva (2000) afirma que na escolha cultural está incluída a vontade de herdar o patrimônio para gerações futuras.

A este respeito Llorenç Prats (1997) afirma que na atualidade existe um consenso generalizado sobre a questão do legado da memória, definida como construção social, ou seja, sendo ou não patrimônio, depende de um determinado grupo social humano considerar por um determinado período de tempo que esse legado seja merecedor para gerações futuras.

Referente à identidade cultural nacional, Azevedo (2017, p. 23) afirma que “o patrimônio cultural brasileiro é plural, multifuncional, poliglota e policromático”. Segundo o autor, a ampla diversidade de valores e os muitos significados, saberes e fazeres existentes nos grupos sociais estão arraigados ao sentimento de pertença e na memória cognitiva das sociedades.

Poria et al. (2003); Grinover (2012) complementam essa ideia ao afirmarem que as interpretações do patrimônio se definem por meio das experiências culturais ou pessoais que marcam a sociedade ao longo dos tempos e é construído a partir do presente, tal como a herança. Chagas (2009, p. 103) chama a atenção para o fato de que a herança é o “que se movimenta no tempo, de geração para geração, de pai para filho. Logo, é clara a relação entre patrimônio, herança e história – disciplina que articula diferentes perspectivas de tempo”.

Canani (2005) vai além quando afirma que a partir da cessão da propriedade transmitem-se também as funções sociais a ela relacionadas em se tratando de resguardo de bens

patrimoniais com a elaboração de políticas de constituição do patrimônio cultural material e imaterial. De acordo com Shils (1974), pode-se dizer ainda que os instrumentos das políticas públicas que constituem a salvaguarda dos patrimônios culturais compartilham do carisma do centro histórico, de onde se originam essas políticas.

O papel relevante das simbologias e os laços entre elas existentes reforçam sentimentos de pertencimento e identificação de um povo com o seu lugar. Contudo, a tendência natural do homem moderno é olhar com descaso para as construções antigas, vendo-as como bens arcaicos, desatualizados e desnecessários que carecem ser demolidos para dar lugar a edificações mais modernas e audaciosas, mais úteis para a evolução da cidade.

Esse modo de julgamento impacta fortemente na ideia de preservação, de valorização do patrimônio como herança histórica a ser preservada. O zelo com os bens patrimoniais atesta a necessidade de se resguardar a memória, propiciando importância ao contexto e às relações sociais existentes em todos os ambientes. Como salienta Tomaz (2010, p. 4), “não é possível preservar a memória de um povo sem, ao mesmo tempo, preservar os espaços por ele utilizados e as manifestações quotidianas de seu viver”. A noção de patrimônio cultural remete a um passado vivo de coisas e acontecimentos que merecem ser mantidos em suas múltiplas diversidades.

Contudo, em se tratando de patrimônio cultural material e imaterial, infelizmente percebe-se ainda em muitos olhares e interpretações uma imagem fria do passado que deveria ficar em um museu ao lado de objetos antigos que estão ali guardados como parte de algo que um dia representou e justificou a identidade e formação de um povo.

Segundo Scheiner (2017), nas últimas décadas, a ênfase dada ao patrimônio e ao valor patrimonial permite a sociedade utilizar da reinterpretação desses bens com finalidade turística. Contudo, para que o turista tenha vontade de conhecer um lugar diferente e, considerando ser este um patrimônio, deve ser levado em conta o sentimento do visitante e o seu estímulo em conhecer o novo.

Dessa forma, o patrimônio cultural vai além de um fenômeno turístico, pois o mesmo, com seus aspectos educacionais no ato da visita, é formador de intelectualidade humana (SILVA 2006). Portanto, vale salientar que uma visita cultural promove a valorização educacional do conhecimento.

O empoderamento do conhecimento crítico da comunidade junto ao seu patrimônio fortalece o sentimento da população e a sua identidade cultural. No caso do patrimônio cultural, os saberes e fazeres e a história tendem a despertar no turista a vontade de interpretar, conhecer mais sobre onde ele está visitando (FREIRE; PEREIRA, 2002).

Neste caso, faz-se necessário a salvaguarda e valorização dos patrimônios materiais e imateriais, motivados pela criação de espaços físicos específicos fundamentados na musealização³, em áreas específicas onde se encontram os conjuntos valorizados pela comunidade.

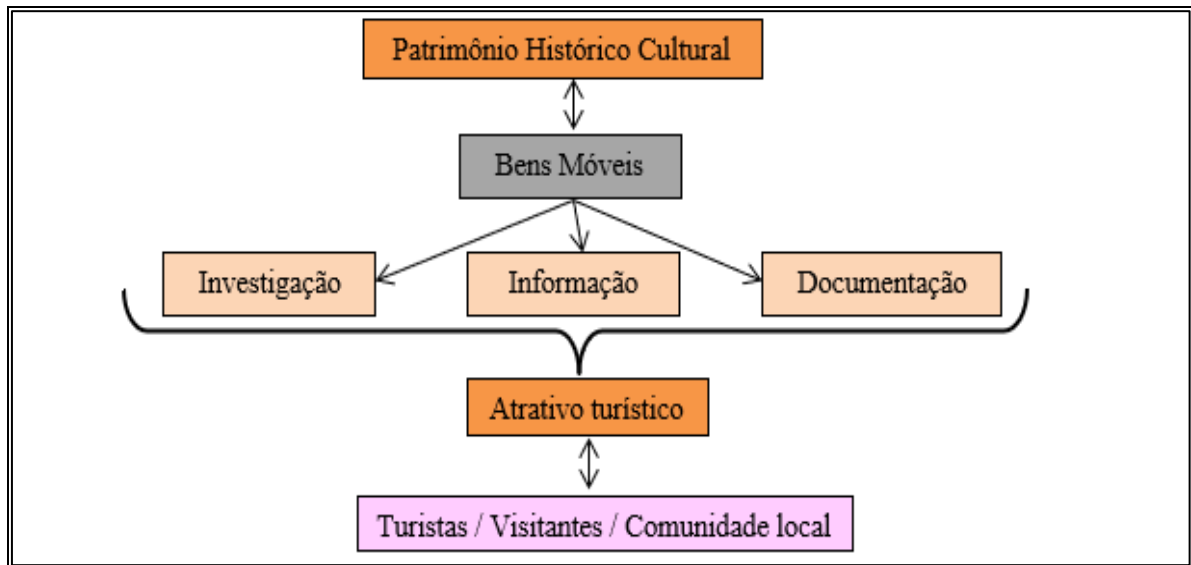
No Brasil, a preservação de bens culturais começou a ser praticada de modo efetivo e abrangente ao final dos anos setenta. Durante muitos anos, os únicos bens tombados eram aqueles considerados de grande valor histórico. No que concerne ao patrimônio edificado se valorizava praticamente as obras originárias do período colonial brasileiro (CARDOSO, 2012).

As primeiras instituições responsáveis pela preservação do patrimônio brasileiro, segundo Carlos; Lemos (2003, p. 167), estabeleceram modelos de gestão nos quais “revestiu os bens culturais de um forte caráter patriótico, sagrado, prestigioso, exclusivista e elitista, relativo ao universo de bens materiais”. Tais modelos trouxeram muitos questionamentos no campo preservacionista, mas é na década de 1970 quando “configura-se o processo de democratização do patrimônio que consistia em voltar às atividades para os habitantes”.

O patrimônio cultural material e imaterial compreende um amplo e diversificado conjunto de bens, de importância comum no qual se inserem prédios de reconhecido valor arquitetônico, documentos históricos, saberes e fazeres tradicionais (BASTOS, 2006). Para Meneses (2004), são necessários investigação, documentação e informação para que posteriormente o atrativo possa ser reconhecido pela comunidade (Figura 2).

³ “Musealização é a subordinação de um conjunto de bens a parâmetros específicos de proteção, documentação, estudo e interpretação, próprios do Museu. Consideramos aqui o conceito de Museu Integral, ou Museu de Território cujo acervo é constituído por todos os elementos do território musealizado: recursos naturais renováveis e não renováveis, formas de ocupação do espaço, relações entre os grupos humanos e a paisagem, relações intergrupais, processos culturais e seus produtos” (SCHEINER, 1998. Cap. 3).

Figura 2 - Patrimônio-cultural material e imaterial como atrativo turístico



Fonte: Elaboração própria, adaptado de Maia (2010, p. 41).

De acordo com Tomaz (2010), no Brasil a preocupação com os bens culturais tem como modelo a Revolução Francesa, período em que o Estado francês se propôs a conservar os bens com potencialidade suprema. No caso brasileiro, o conceito de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional se inspira nos valores da Revolução Francesa, ao tentar conferir identidade ao país.

Assim, no Brasil, a preocupação com a preservação do patrimônio histórico nacional com os bens imóveis fora do âmbito dos museus começa a ter seu devido reconhecimento como de importância para a sociedade. Essa nova forma de pensar a preservação do patrimônio cultural e sua repercussão nos organismos nacionais possibilitaram uma maior amplitude em sua esfera de atuação, permitindo-se alcançar a valorização e a preservação das mais variadas manifestações culturais.

As preocupações com o patrimônio surgiram no bojo da formação dos Estados Nacionais e estiveram ligadas a dois aspectos nem sempre propensos à liberdade: o nacionalismo e o imperialismo. De acordo com Campos et al. (2015, p. 7), “para o Estado nacional, era necessário inventar origens, cultura compartilhada e um território delimitado e para isso o patrimônio, como conjunto de bens materiais, era uma condição *sine que non*”.

Para Chuva (2011), no Brasil, foram as peculiaridades da trajetória de formação do campo do patrimônio que conduziram a uma configuração dessa categoria, dividida entre material e imaterial. As diferenciações culturais frente aos conceitos mostram a importância cultural da interpretação patrimonial.

Há de se entender que o legado deixado pelo patrimônio material e imaterial existente nas diversas culturas serve a um propósito que vai além do entendimento do turismo, já que serve ao ideário da sustentabilidade como forma efetiva de passar conteúdos e instruir as gerações futuras. O turismo cultural é um dos vetores nesse caminho, mas que pode contribuir a propósitos sociais mais relevantes.

Conforme Uzzell (1998), a interpretação patrimonial mais eficaz é aquela que encoraja interações, que posteriormente estimulam a aprendizagem. Para o autor, é essencial que a interpretação do patrimônio, embora seja revelar a singularidade e excelência nas características que marcam a herança e o difere de outros, deve incentivar o seu público a descobrir semelhanças, empatia e respeito à diversidade cultural que possam ser compartilhadas.

Para Poria, Butler e Airey (2003), as interpretações se definem por meio de experiências sejam culturais ou pessoais. A forma de representação por meio de objetos, lugares, paladar, olfato é que trazem a lembrança de valores que marcam e definem as comunidades e povos ao longo do tempo. A interpretação patrimonial contribui não apenas para a distribuição do conhecimento, mas também para o processo de identidade social rumo à distinção, autoestima e respeito, tanto dos visitantes como das comunidades locais (MIRANDA, 2004).

Com isso, a Carta de ENAME (Carta do ICOMOS para as interpretações e apresentações dos Sítios do Patrimônio Cultural, conhecido em todo mundo como a “Carta ENAME”) (ICOMOS, México, s/p, s/d) define a interpretação patrimonial como sendo uma explicação ou representação com planejamento prévio, complementando o significado de um lugar com informações explicativas.

1.4 Os museus e as interações com o turismo

O museu, como instituição de memória, aberta ao público, na concepção que se conhece atualmente, tem o sentido de preservação para fins de pesquisas. Conforme Suano (1986), embora o museu com o passar do tempo tenha sido apresentado de várias formas, ainda hoje a noção mais popularizada de museu está associada à arte, ciência e memória.

Segundo Menezes (1992, p. 7) “A História tem o objetivo de reconstruir e explicar a organização, funcionamento e transformação das sociedades”. Assim, é no momento da visita em um museu, que o visitante deve ser despertado pela consciência, geralmente proposta exposições apresentadas. Sendo o museu uma instituição de memória, representa testemunho histórico contextualizado de diversas formas, sejam peças ou até mesmo fatos referentes à época refletidos e vividos pela sociedade do período. Neste sentido, compete à museologia dispor de ações como coleta de material e informações, registros, catalogação, salvaguarda de objetos, dentre outras, no sentido de preservar a memória dos indivíduos e da sociedade (RODRIGUES, 2010).

De acordo com Suano (1986), durante a Idade Média o termo museu não era muito utilizado reaparecendo por volta do século XV quando o colecionismo se tornou moda em toda a Europa. “De maneira geral, são essas grandes coleções principescas e reais do Renascimento que vão dar origem à instituição “museu” que conhecemos hoje.” (SUANO, 1986, p. 21).

Entretanto, é preciso reconhecer que estas coleções não estavam abertas ao público e destinavam-se apenas ao acesso às famílias e aos amigos do colecionador. Assim, ainda segundo Suano (1996), no final do século XVIII as coleções são abertas ao público marcando o surgimento dos grandes museus nacionais.

É recorrente na literatura a definição de museu a qual se assemelha também à utilizada por Julião (2006, p. 20), onde afirma que o termo museu origina-se de “*Mouseion*, palavra grega que denominava o templo das nove musas, filhas de Zeus e Mnemosine, ligadas aos ramos de conhecimento das artes e ciências, era um local destinado a estudos científicos, literários e artísticos”.

Segundo Raffaini (1993), durante os séculos XV a XVIII, em toda a Europa, fruto do humanismo, do Renascimento, do expansionismo ultramarino e do mercantilismo, surgem as coleções de objetos raros ou curiosos que receberam o nome de Gabinetes de Curiosidades ou Câmaras de Maravilhas. Tais coleções eram compostas de conjuntos particulares de espécies exóticas e objetos de diferentes origens e tamanhos, e quem os possuía tinha certo prestígio e posição de destaque na sociedade. Nesta época surgem também as galerias, que eram lugares mais apropriados para a apresentação de quadros e esculturas, pois os espaços dos gabinetes eram menores (DESVALLÉES e MAIRESSE, 2013).

De acordo com Stránský (2008); Godoy (1997), o museu pode ser considerado um fenômeno que acompanha a trajetória humana e deve ser visto como algo em movimento, contextualizado em termos históricos e sociais, e a sua multiplicidade cultural deve ser apresentada e compreendida enquanto diferente, dada as circunstâncias de cada época.

O museu se qualifica como categoria de pensamento e pode existir, em todos os lugares e em qualquer tempo “onde o Homem estiver e na medida em que assim for nominado – espaço intelectual de manifestação da memória do Homem, da sua capacidade de criação.” (SCHEINER, 1999, p. 137-138).

Na visão de Scheiner (1999, p. 139-140), o modelo tradicional de museu pode ser apresentando a partir dos mitos de Apolo e Dionísio, onde o primeiro segue a linha do classificatório, institucional, cuja função é salvaguardar o produto e não o processo. Enquanto Dionísio segue a dimensão emocional na qual o museu é representado por “paixão, êxtase, pulsante, mutável”.

O século XIX pode ser considerado como o século dos museus, devido as transformações em seus processos fortalecidos pelas políticas museais. Foi momento em que surgem redes de museus que buscavam dar conta da construção da memória e da identidade nacional quando a história brasileira dos museus começou a ser escrita, e momento em que são fundados alguns dos mais importantes museus no Brasil, como o Museu Real (Museu Nacional). Segundo dados do IBGE, existiam pouco mais de 20 museus no início desse século.

De acordo com Julião (2009) a criação do Sphan (Serviço do Patrimônio Histórico Artístico e Nacional) veio contribuir para atuação do Estado Brasileiro perante o Patrimônio Nacional com destaque para o colecionismo. Contudo, os intelectuais do recém-fundado Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (IHGB) passaram a registrar os fatos e eventos do país em livros, revistas e iconograficamente, com destaque para a pintura histórica. Estas obras procuravam mostrar aos seus interlocutores como estes intelectuais viam e entendiam o Brasil e sua sociedade. A preocupação com a preservação da memória se intensificou, principalmente, em fins do século XIX, quando o discurso nacionalista se consolidou e se passou a buscar cada vez mais recuperar os vínculos com o passado (VASCONCELLOS, 2006).

Neste primeiro momento, as obras iconográficas ainda não tinham um espaço de divulgação próprio acessível para o público, então, somente a partir da proclamação da República, por meio de um projeto cultural, foi registrada a fundação dos primeiros museus históricos no Brasil, espaços voltados, principalmente, para a divulgação dessas obras (COSTA, 2011).

Com a proximidade das celebrações do Centenário da Independência do Brasil, em 1922, começou no país uma articulação para a criação dos primeiros museus dedicados especificamente à História da nação. Estes espaços, segundo Costa (2011, p. 3), são chamados de “casa da memória, os museus foram criados para que o passado não fosse esquecido e

permanecesse vivo no presente”, e se tornasse importante para a preservação da memória histórica do povo brasileiro.

De acordo com Brefe (1998), para muitos a história ainda é um tema que estuda o passado ou um tempo em que muitos diriam que passou e não interessa mais. Neste caso, os museus seriam definidos como locais onde são encontrados vestígios desse passado, tais como coleções de objetos e utensílios dos mais variados tipos, qualificados como velhos e sem valor. Mas, de acordo com Gonçalves (1996), tais objetos são vistos como patrimônios e são possuidores de vívidos sentimentos no resgate do passado, “um passado que se guarda para mostrar em todos os futuros que são também presentes” (BRITO, 2006, p. 151).

No Brasil, uma das maiores conquistas do setor museológico se deu a partir do marco regulatório para criação do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), Autarquia Federal responsável pelas políticas e atividades de conservação, preservação e L catalogação. Sobre o IBRAM (2007), faz-se necessário destacar as funções para salvaguarda patrimonial, além do Estatuto Brasileiro de Museus, instituído pela Lei nº. 11.904/2009, cujo artigo 1º define o significado de museus como Instituições sem fins lucrativos que

conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento.

A disposição da lei em seus artigos traz pontos inovadores como os princípios e promoção a cidadania e funções básicas dos museus, a exemplo da preservação, educação e acessibilidade. Trata também da importância do Plano Museológico como forma de gestão e dispõe sobre a coordenação e a incorporação do Sistema Brasileiro de Museus (SBM), que tem como finalidade a interação entre instituições afins e profissionais ligadas ao setor visando o aperfeiçoamento da utilização dos recursos materiais e culturais, bem como a sua gestão (MONTEIRO et al., 2016).

A consolidação das leis museais no Brasil se verifica no século XXI com a criação da Política Nacional de Turismo (PNT), em 2003, com a criação do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), em 2009, e com o lançamento pelo Ministério da Cultura do Plano Nacional Setorial de Museus 2010-2020 (BRASIL, 2010).

A aprovação do Estatuto Brasileiro de Museus representa uma referência significativa para a criação de políticas públicas voltadas a oportunidades e desenvolvimento de melhorias no setor da museologia. Assim, de acordo com Vial (2017), a publicação da Política Nacional de Museus - PNM, foi caracterizado como o primeiro movimento de estruturação da área, propondo em sete eixos o fortalecimento de pontos essenciais para a revitalização e o bom funcionamento dos museus, a saber: gestão e configuração no campo dos museus; democratização do acesso aos bens culturais; financiamento e fomento para museus; formação e capacitação de recursos humanos; informatização de museus; aquisição e gerenciamento de acervos; e modernização de infraestruturas museológicas.

As relações entre sociedade e cultura estão cada vez mais próximas, e os museus por sua vez desempenham um papel muito importante na disseminação da cultura. Contudo, o grande desafio colocado para o mundo museológico é tornar o seu acervo gradativamente mais acessível aos visitantes de qualquer proveniência, faixa etária e segmento social, inclusive utilizado para o uso tecnológico e interativo (VASCONCELOS, 2006). Essa contextualização visa contemplar os três eixos principais da sustentabilidade, proposto pela Assembleia das Nações Unidas, em 1983: crescimento econômico, igualdade social e equilíbrio ecológico e cultural.

Dessa forma, reforça-se a ideia de que o museu se apresenta como lugar de convivência e troca de experiências, onde qualquer pessoa pode ter acesso para usufruir desse espaço, não só por lazer, mas para reflexão a respeito da memória histórica e cultural, a qual tem se tornado uma das maiores preocupações para sua manutenção nas sociedades ocidentais. “A memória se tornou uma obsessão cultural de proporções monumentais em todos os pontos do planeta” (HUYSSSEN, 2000, p. 9).

Os museus são instituições voltadas à pesquisa, à conservação e à exposição de coleções que tenham um valor cultural; são instituições de memória que estão em movimento constantes no desenvolvimento de suas funções e suas ações devem estar em harmonia com a natureza de seu acervo, mesmo sendo composto por diferentes coleções (VIAL, 2017).

Na atualidade, os espaços museais desempenham funções capazes de proporcionar a ligação entre o passado histórico e cultural de determinada região com os seus visitantes, a partir de exposições com obras e objetos culturais que permitam conhecer outros povos, lugares, situações e lhes tragam à memória o conhecimento e a satisfação de visita nesses espaços (SANTI; KOBAYASHI, 2015).

Os museus podem ser pensados como equipamentos para o desenvolvimento da cultura local, voltados para o conhecimento e ausência de mercantilização da cultura (PÉREZ, 2009). Muito embora a maior parte dos museus esteja associada a uma administração local ou nacional, e desta forma são impulsionados pelas aspirações políticas de cada gestão, enquanto instituição “o museu deve ser pensado como uma empresa que produz bens culturais, mas que daí retira receitas” (MAIA, 2010, p. 45).

Como exemplo, é possível fazer referência aos museus que aplicam taxas aos seus visitantes como forma de sustentabilidade para garantir benefícios de manutenção como também para a comunidade local (UNESCO, 2015). Contudo, existem museus que não cobram ingressos por serem mantidos por instituições governamentais e/ou municipais.

Historicamente, a economia da cultura no contexto nacional apontou para a necessidade de estabelecer políticas públicas duradouras e sustentáveis e, desse modo, contribuir para o estímulo do setor museal. Nessa conjuntura, muitas são as possibilidades de contribuição das instituições museológicas para a geração de riqueza do país. Segundo a OMT (2001), a medida em que um bem cultural assume um valor comercial, corre-se o risco da perda de sua autenticidade inserindo sobre este, a atuação de atores e interesses que não os que originalmente os constituíram.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM, 2014), uma das principais barreiras à expansão do turismo cultural é a social e não apenas a econômica. Dessa forma, pode-se pontuar que o direito à cultura está implícito nas classes de maior poder econômico da sociedade. No Brasil, a oportunidade de percorrer os salões dos museus para apreciar e usufruir de culturas diversas ainda é um privilégio de poucos.

Ainda segundo o IBRAM (2014), os museus têm discutido formas de gestão visando o desenvolvimento de ações em conjunto com o turismo que surge como importante aliado nesta causa, ao proporcionar uma maior aproximação com a sociedade.

Segundo o Cadastro Nacional de Museus (CNM), atualmente o Brasil possui 3.825 museus cadastrados. Existem inúmeros museus ao redor do planeta, com características distintas entre si, desde os tradicionalistas aos tecnológicos, com uma nova proposta de interação entre os visitantes a partir de um fenômeno global que incentiva os variados meios de comunicação e interação através de um processo de difusão informacional (BARBOSA, 2014).

De acordo com o Cadastro Nacional do Instituto Brasileiro de Museus (Ibram), a lista inclui as 25 unidades museológicas sergipanas sendo 15 na capital, além de outras instituições,

acervos públicos, centros científicos, espaços culturais e reservas naturais, em conformidade com a definição de museu do Conselho Internacional de Museus (ICOM)⁴.

Em média 80% dos museus sergipanos é gerida pelo poder público e 50% administrados pelo governo estadual. Prevaecem os museus históricos, artísticos e de imagens e sons. Em torno de 60% dos museus de Sergipe estão equipados com bibliotecas e 90% realizam exposições temporárias regularmente. Dentre os mais antigos do estado, encontra-se o Museu do Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe (Museu Galdino Bicho), fundado em 1912⁵.

O Instituto Brasileiro de Museus vem avançando na promoção de sua imagem institucional, bem como na promoção e divulgação da imagem dos museus e processos museológicos, desenvolvendo estratégias de parcerias principalmente com o turismo, pois, segundo a Cartilha do IBRAM⁶, a parceria tem o objetivo de ampliar a divulgação dos museus brasileiros, promover o incentivo à visitação, a democratização de seu acesso, e proporcionar maior aproximação junto à comunidade, como forma de contribuir para despertar novos olhares sobre os museus e processos museológicos brasileiros.

Desta forma, o turismo surge como importante aliado dos museus, ao proporcionar aprendizado e aquisição de conhecimento, o que torna estes espaços atrativos na diversificação da oferta turística, com a inserção de ferramentas culturais e turísticas associadas em instituições detentoras de patrimônios materiais e imateriais. A atividade turística aliada aos museus promove a divulgação do patrimônio, sua valorização e reconhecimento, o que gera a consciência da necessidade de preservação, além de seu potencial em propiciar melhorias socioeconômicas para a comunidade. Em contrapartida, os museus se organizam para atender os seus públicos em instalações confortáveis, com adequações à acessibilidade (IBRAM, 2014).

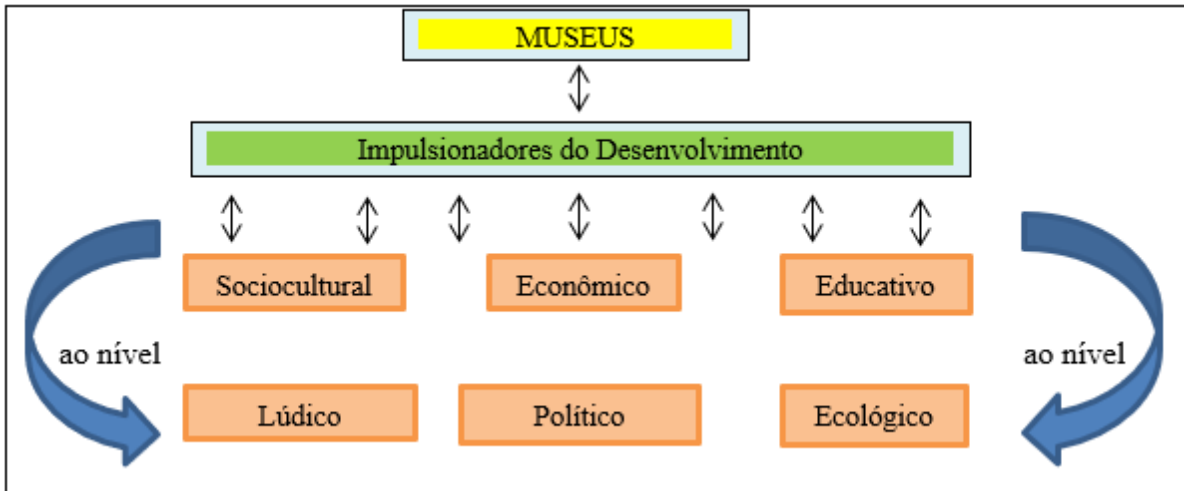
Por conseguinte, Pérez (2009) e Virgínio (2010) entendem que a parceria museu e turismo se fortalece, pois, as duas áreas possuem aspectos complementares no tocante à questão cultural, patrimonial e propriamente turística. Assim, os museus podem ser componentes impulsionadores do desenvolvimento turístico de um produto a partir de vários aspectos (Figura 3).

⁴https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2019/06/GuiaDosMuseusBrasileiros_nordeste.pdf. Acesso em: 26. Mar. 2020.

⁵ Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe. Disponível em: <http://ihgse.org.br/wordpress/museu/>. Acesso em: 26.mar. 2020.

⁶Cartilha de parcerias do IBRAM. Disponível em: http://boletim.museus.gov.br/wp-content/uploads/2016/12/Parcerias_Cartilha_Ibram.pdf. Acesso em: 15.mar. 2020.

Figura 3 - Áreas Beneficiadas pelos museus



Fonte: Elaboração própria, baseado em Maia (2010, p. 47).

O sentido cultural dos museus transformou-se num ponto turístico de interesse, a partir da relação museu-turismo largamente explorada, em que um dispõe dos recursos e o outro fornece o público. Na verdade, “deve existir a consciência de que os museus possuem um potencial de atração turística, podendo constituir-se como parceiro principal do desenvolvimento do Turismo Cultural” (CASTRO, 2013, p. 7). Atualmente, um dos desafios da museologia é fortalecer a comunicação com o seu público por meio da interação destes com os objetos por meio de exposições em espaços fechados, a exemplo da tecnologia interativa como forma de preservar e salvaguardar o patrimônio material e imaterial da sociedade.

Segundo Pérez (2009), perante as novas posturas dos segmentos culturais, as limitações financeiras promoveram mudanças de atitude dentro da gestão dos museus no Brasil no que diz respeito aos recursos destinados para os museus, sejam eles públicos ou privados. Os gestores dos museus tiveram de refletir sobre o seu papel cultural e turístico ao repensar a sua oferta, organização e gestão interna. Esse autor também enumera os desafios da gestão nos processos de melhoria nos museus, principalmente no que se refere ao contato com os visitantes e com a população do território no qual estão inseridos (Quadro 7).

Quadro 7 - Ações propostas pelas gestões dos museus

Generalização das exposições temporárias	Aumento de diferentes grupos sociais e da identidade cultural representada no museu
Renovação das técnicas expositoras	Orientações, da nova museologia, para os museus de sociedade
Extensão do museu sobre o território	Utilização do ludismo e da interatividade do museu, sem cair na banalização mais superficial juntando o lúdico à educação
Reconstrução real, não virtual, da vivência	Utilização de guias intérpretes
Aumento do número de visitas sem saturar a capacidade de carga	Criação de museus vivos que tenham em conta as necessidades e problemas das comunidades e dos públicos

Fonte: Elaboração própria, 2019.

A compreensão da necessidade de se preservar o patrimônio é classificada como conteúdo atitudinal⁷, no qual cria-se no ambiente de aprendizagem um exercício de alteridade dos visitantes em relação ao valor de outras culturas representadas na produção das obras expostas. Conforme a legislação nacional de museus (BRASIL, 2007), o valor didático da exposição se dá conforme a classificação da mesma o que acaba auxiliando no direcionamento do turista/visitante, na busca por uma temática que lhe seja atraente e assim atenda e supere as suas expectativas (Quadro 8).

⁷ Os conteúdos atitudinais podem ser agrupados como valores, atitudes, normas. No contexto educacional, Zabala ressalta como valores os princípios ou ideias éticas que permitem às pessoas emitir um juízo sobre as condutas e seu sentido (GRINSPUM, 2014).

Quadro 8 – Temática de visitação dos museus

Lugares naturais: Parques e lugares com contato com a fauna e flora;
Lugares de interesse cultural e monumentos históricos: Instalações em um edifício especial ou sala, ou em uma dependência do monumento;
Museus ao ar livre: Coleções de edifícios colocados dentro de um recinto como um centro histórico que representa uma realidade histórica;
Parques botânicos e zoológicos: Possuem elementos situados ao ar livre ou no interior de um edifício;
Museus de arte de arte aplicada: A primazia desses museus consiste na essência pura da arte, sem misturar a obra original às réplicas, sejam documentos ou obras de arte, de forma a facilitar a compreensão histórica;
Museus históricos, etnológicos e de artes populares: Caracteriza-se pela apresentação repetida de elementos originais de culturas pré-industriais históricas ou contemporâneas, porém têm já um maior peso os imperativos documental e educativo;
Museus de ciências naturais: Possui caráter didático podendo se colocar juntos originais, réplicas, maquetes e documentação.
Museus científicos e técnicos: São definidos como representantes de civilizações industriais, que abrigariam todas as técnicas, colocando em destaque as ciências básicas: matemática, astronomia, física e biologia e seus respectivos desenvolvimentos contemporâneos, sem deixar de traçar sua história.

Fonte: Elaboração própria, 2020.

Assim, “os museus assumem-se cada vez mais como pontos de interesse renovado para os locais e para os turistas” (CASTRO, 2013, p. 7), porém de acordo com cada categoria, os museus transformam-se numa atração, disseminador educacional, gerador de recursos com dividendos advindos dos diversos setores da atividade turística (FUNARI; PINSKY, 2005).

Atualmente, a forte ligação entre museus e turismo cultural constituem-se como atrativos para diferentes públicos, com o intuito de motivar os visitantes a utilização dos seus espaços de forma mais diversificada passando a oferecer atrações voltadas ao público, tais como livrarias, lojas de souvenir, cafeterias bibliotecas, etc.

1.5 Rotas e roteiros turísticos: uma discussão conceitual

Existem várias definições para o termo inovação, que deriva do latim *innovatio*, que significa criar algo. A diversidade de conceitos encontra-se nos diferentes fins. Segundo Silva et al. (2015), o processo de inovação tecnológica se inicia a partir da identificação de uma

necessidade ou oportunidade de melhoria. No presente estudo em especial, a elaboração das rotas museológicas no centro histórico de Aracaju prevê a melhoria na oferta de produtos para o turismo da capital.

Trata-se de um conceito que relaciona economia e desenvolvimento, a partir da criação de metodologias novas, mais competitivas, sofisticadas e com maior potencial de resultados. A inovação e o desenvolvimento de novos serviços são importantes recursos estratégicos para assegurar o crescimento e a riqueza sustentável de maneira a proporcionar uma sazonalidade cada vez menor (DOBNI, 2008).

Atualmente, existe um leque de diversificação de promoção do turismo, cujo principal objetivo é a valorização do território, enquanto as exigências da procura turística por novas experiências têm variado a sua oferta através da diversificação dos produtos relacionados com a cultura local e regional (CAÑIZARES; GUZMÁN, 2008).

É neste cenário que as rotas museológicas se encaixam como forma de inovação e desenvolvimento, um processo, segundo Briedenhann e Wickens (2004), utilizado em muitos países da Europa e aplicado pelo segmento do turismo cultural. Assim, a inovação parte não somente do fazer algo novo ou inédito, mas também da melhoria nos processos já existentes, baseados em ações e técnicas de maneira programada e estruturada, desenvolvidas para que os clientes possam escolher os produtos e serviços, como é o caso do turismo (PETERS; PIKKEMAAT, 2006).

O turismo contemporâneo permitiu o aparecimento de múltiplas rotas temáticas. Esta variedade permitiu a diversificação da oferta, ao mesmo tempo em que facilitou a promoção de novos produtos turísticos e destinos (CORREIA, 2005). A importância da atividade turística atingiu reconhecimento e dimensão nas sociedades contemporâneas e a oferta é uma das componentes fundamentais do sistema turístico (BENI, 1998).

As rotas museológicas operam como ferramentas de apresentação e divulgação da Museologia, e podem aperfeiçoar os recursos socioculturais e patrimoniais de um local/região, envolvendo atrativos complementares em seu percurso ligados à cultura, arte, costumes, dentre outros aspectos. Por meio da roteirização, as rotas são capazes de promover inovação e incentivar o incremento de diversos produtos com características diferenciadas de forma a atrair cada vez mais o turista/visitante.

De acordo com o MTur (2007), as ações de regionalização do turismo estabelecem formas de organizar e integrar a oferta turística a partir de produtos e serviços para que estas venham contribuir para o aumento do fluxo de turistas para um destino (BRASIL, 2007).

Dentro da concepção do MTur (2007), para melhor entender os conceitos que permeiam o universo voltado a rotas e roteiros turísticos, faz-se necessário uma reflexão conceitual sobre os mesmos baseada em estudiosos do turismo. A finalidade é compreender sobre as compatibilidades, semelhanças e contradições dessa terminologia. De acordo com Gonçalves e Ribeiro (2015, p. 5), os termos se misturam e então

insere-se a problematização da carência de um conceito unificado de rota e roteiro, uma vez que os termos existentes na academia são parcialmente divergentes e ocasionam certa dificuldade ao pesquisador em encontrar uma concepção que contemple toda gama complexa de rotas e roteiros.

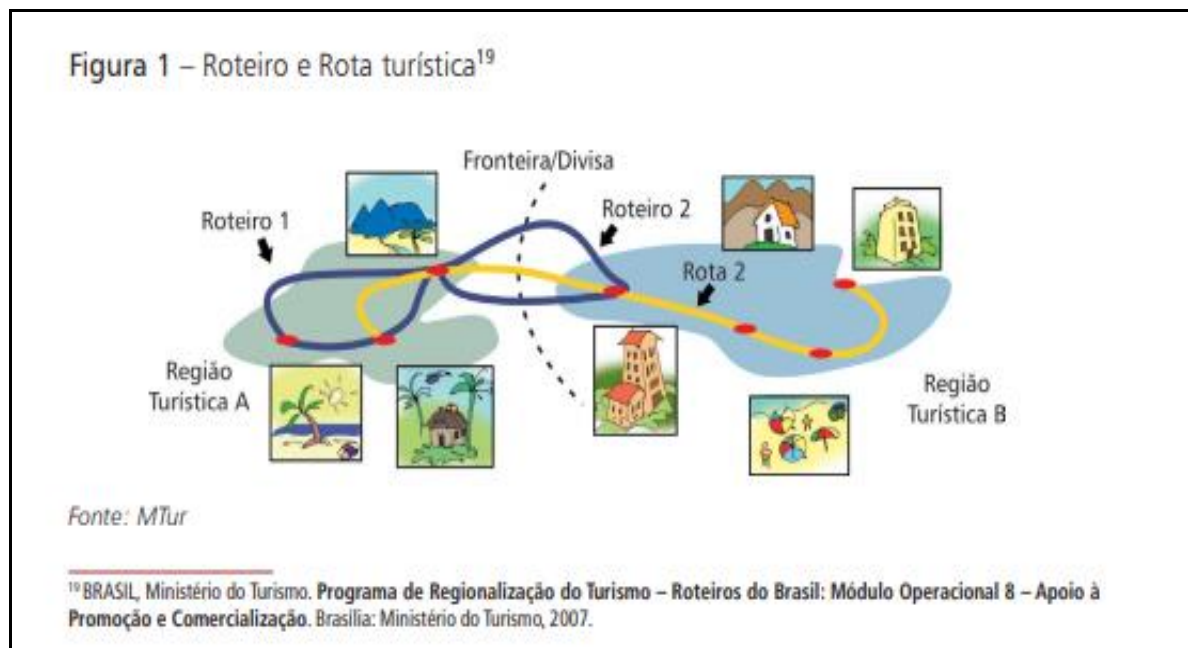
A discussão permeia diversos conceitos elucidados por autores e instituições ligadas ao turismo, devido ao tema ser utilizado na área, como também a definição trazida pelo Dicionário da Língua Portuguesa que, segundo Costa e Melo (1995), classifica os termos rota e roteiro respectivamente como: caminho e rumo; itinerário e livro [ou guia] onde se consagram todos os pormenores de uma viagem importante.

Para Pérez (2009), Maia e Baptista (2011), Briedenhann e Wickens (2004), uma rota representa a descrição de um caminho, com os lugares específicos de passagem e com proposta da oferta de atividades e serviços durante a sua duração, além de ser um processo fundamental na área do turismo com incentivo ao desenvolvimento.

Muito embora existam diversas opiniões a respeito do tema rota e roteiro, para este trabalho optou-se pela definição do MTur (2007), uma vez que contempla proximidade de ideias junto aos autores, instituições e literatura consultada. Assim, de acordo com o MTur (2007), a configuração de uma rota consiste em um ponto inicial e um ponto final e esta sequência obedece a uma ordem nos destinos a serem visitados, incluindo a história, pois se utiliza a mesma como atrativo para fins de promoção e comercialização. Quanto ao roteiro, este não possui obrigatoriamente um ponto inicial e um final, de modo que o turista/visitante é livre e pode começar o passeio/visita conforme a sua preferência (BRASIL, 2007).

No universo conceitual, o MTur (2007) entende que a rota turística é eminentemente temática e pode perpassar uma ou várias regiões e em uma ou várias rotas. Tal concepção é corroborada por Pinheiro (2007), ao afirmar que as rotas se utilizam de qualquer recurso cultural em sua temática, seja histórica, literária, arqueológica, ou mesmo museológica, em uma via pela qual o turista percorre e interage com a cultura de uma localidade ou região (Figura 4).

Figura 4 - Identificação de roteiro e rota turística



Fonte: MTur/Brasil (2007, p. 18).

Na construção de rotas, como visto acima, a temática tem grande importância para definir os atrativos a serem visitados. O exemplo das rotas museológicas é um deles, as quais por meio da cultura busca-se o relacionamento entre a atividade turística e a prática museológica. Conforme Rigotto (2000/2001, p. 15),

considera-se uma visita temática quando é planejada a partir de um assunto previamente estudado e problematizado com um objetivo definido. Dessa forma, é possível delimitar a visita, destacando o espaço da exposição relacionada ao seu objetivo.

As rotas podem ser variadas, desde a oportunidade para refletir sobre a memória e a história representada no museu a partir do acervo exposto, como também presenciar e experienciar as residências oficiais de governadores, palácios, lugares onde viveu uma personagem eminente. A realização de rotas deve ser construída sobre a base de uma atividade específica que a distinga e diferencie (RAMOS; FERNÁNDEZ, 2006). De acordo com Godinho (2012), deve-se ter um elo em comum como elemento-chave para que o turista se sinta atraído e lhe cause curiosidade este tipo de turismo.

Conforme o MTur (2005, p. 29), é “a partir da identificação da potencialidade turística, que se inicia o processo da roteirização para que a localidade se torne turisticamente mais rentável”. Assim, o Programa de Regionalização Roteiros do Brasil promove a competitividade ao integrar diferentes regiões por meio da comercialização turística, associada aos diversos serviços turísticos existentes no mercado de consumo (BRASIL, 2007).

Potencializar o desenvolvimento através do turismo cultural por meio das rotas configura-se uma proposta valiosa sustentada em características distintas e inovadoras baseada na qualificação e competitividade da oferta. Atualmente, existe à disposição do viajante uma diversidade de produtos na oferta turística, com objetivos de valorização do território e identificação como promotor de desenvolvimento da cultura local, urbana e regional (GODINHO, 2012).

Dessa forma, para a elaboração das rotas é imprescindível o planejamento como estratégia de gestão, no qual o processo de construção parte da escolha da temática, de acordo com a disposição dos atrativos existentes, o que permite a diversificação da oferta e ao mesmo tempo facilita a promoção de novos produtos turísticos (CORREIA, 2005).

A elaboração das rotas museológicas, quando planejada, promove a divulgação do turismo cultural, potencializa os recursos socioculturais e patrimoniais urbanos, e integra várias áreas do conhecimento, com destaque nesse estudo para a museologia, turismo cultural e patrimônio material. A rota museológica representa o testemunho da identidade cultural das pessoas, e as ligações culturais são um processo de evolução dos povos que valorizam o patrimônio cultural (ICOMOS, 2008). Assim, Silbergh et al. (1994), para efeito de planejamento, adotam indicadores que auxiliam na elaboração de rotas (Quadro 9).

Quadro 9 - Indicadores de planejamento da rota turística

• Construção de Mapas / guias e sinalização turística nos atrativos e percurso das rotas
• Adequação dos espaços para aumentar a satisfação do visitante
• Articulação com outras rotas locais.
• Integração do planejamento das rotas com atrações culturais.
• Envolvimento das partes interessadas (públicas e privadas).
• Proteção dos recursos naturais e patrimoniais.
• Consideração da capacidade nos locais visitados.
• O monitoramento dos percursos pelos gestores dos museus, agentes de viagem e guias de turismo deve ser permanente, bem como o sistema de manutenção (deve incluir o <i>feedback</i> dos visitantes).

Fonte: Elaboração própria, com base nos Princípios adaptados de Silbergh et al (1994).

A organização de rotas exige muita preparação e integração, de modo que o profissionalismo dos envolvidos atente para todos os elementos e composição dos atrativos e serviços na sua construção (CORREIA, 2005).

As rotas museológicas são inovadoras e promovem a interdisciplinaridade, desde que devidamente planejadas. Desta forma, se faz necessário também a realização de estudos de

mercado que facilitem a sua aplicabilidade e resultem em benefícios econômicos a partir da sua comercialização. Porém, a articulação entre os museus e as rotas deve ser integrada e participativa, para que o seu funcionamento não se torne um fracasso (MAIA, 2010).

Segundo o Ministério do Turismo (2007, p. 15), no Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil (PRT), a roteirização turística tem como objetivo conferir “realidade turística aos atrativos que estão dispersos através de sua integração e organização”. Além de ser um dos objetivos do PRT, auxilia o processo de identificação, elaboração e consolidação de novos roteiros turísticos, sendo também uma forma de auxiliar os atores envolvidos na construção dos roteiros e rotas turísticas. Ainda de acordo com o Ministério do Turismo (2007), a realização desse processo de construção possui objetivos gerais e específicos, que trazem os resultados esperados a partir da ação, conforme se apresenta abaixo (Quadro 10)

Quadro 10 - Objetivos da roteirização e resultados esperados

Objetivo Geral	Objetivos Específicos	Resultados Esperados
- Estruturar, ordenar, qualificar e ampliar a oferta de roteiros turísticos de forma integrada e organizada.	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecer a identidade regional; - Consolidar e agregar valor aos produtos turísticos; - Identificar e apoiar a organização de segmento turístico; - Ampliar e qualificar serviços e equipamentos turísticos; 	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimento da identidade regional; - Aumento da visitação, da permanência e do gasto médio

Fonte: Elaboração própria, 2020.

Uma das ações da roteirização é identificar a potencialidade dos atrativos através da oferta turística, que se torna rentável, “quando sua organização é capaz de gerar mais empregos, postos de trabalho e circulação de dinheiro [...]”. Assim, para a efetivação do processo de roteirização (BRASIL, 2007, p. 15), o MTur lista 11 (onze) procedimentos metodológicos, conforme o quadro 11.

Quadro 11 - Metodologia de roteirização turística

Passos na construção das rotas	Fatores integrantes
Envolvimento dos Atores	Possui três grupos de agentes: Poder público, empresários e sociedade civil . Tendo como trabalho e desenvolvimento de ações de sensibilização e mobilização.
Definição de Competência e funções	Instituições e segmentos sociais envolvidos: MTur, Órgãos estaduais de turismo, instância de Governança Regional, Órgãos Municipal de turismo, parceiros e iniciativa privada.
Avaliação e hierarquização dos atrativos turísticos	Categorias: classificá-los a partir de seu valor específico.
Análise de mercado e definição de segmento	Rotas museológicas em função da oferta turística, com o objetivo de caracterizar segmentos turísticos culturais.
Identificação dos possíveis impactos socioculturais, ambientais e econômicos	Monitoramentos dos impactos positivos e negativos que geram consequências benéficas ou não.
Elaboração do roteiro ou rota específico	Identificação das condições de viabilidade operacional do produto a ser elaborado.
Levantamento das ações necessárias para a implementação de roteiro turístico	A infraestrutura de apoio turístico, qualificação dos equipamentos e serviços turísticos, capacidade específica e levantamento das eventuais dificuldades para a sua implementação e estabelecimento da capacidade de carga.
Teste do roteiro turístico	Definição do processo de tempo de duração das rotas.
Qualificação dos serviços turísticos	Qualificação dos equipamentos e serviços turísticos, dos envolvidos.
Promoção e comercialização	As ações devem ser elaboradas para o benefício das rotas museológicas como produto turístico.
Monitoramento e avaliação	A monitoria e avaliação e comercialização sugere ficar à critério dos estabelecimentos como os museus, agentes de viagens e afins.

Fonte: Elaboração própria, modelo adaptado de Brasil (2007).

A partir da exposição da metodologia da roteirização turística, é fundamental uma análise de cada uma das etapas, a fim de se obter uma melhor compreensão de todo o processo:

- **Envolvimento dos Atores** - Sensibilização e mobilização dos atores envolvidos;
- **Definição de competências e funções** - Organização das rotas;
- **Avaliação e hierarquização dos atrativos turísticos** - Identificar atrativos em potencial infraestrutura e recepção de turistas;
- **Análise de mercado e definição se segmentos** - Conhecimento do mercado cultural potencial;
- **Identificação dos possíveis impactos socioculturais, ambientais e econômicos** - Viabilidade na aplicação das rotas;

- **Elaboração do roteiro específico** - Identificar a viabilidade operacional, oferta de serviços de apoio, entre outros;
- **Levantamento das ações para a implementação das rotas e testes das rotas** - Tornar a etapa mais eficiente;
- **Qualificação dos serviços turísticos** – Manter a credibilidade dos serviços oferecidos;
- **Promoção** - Instituições museais, instâncias governamentais e trade turístico;
- **Monitoramento e avaliação** - Instituições museais e trade turístico.

Entende-se que essas etapas são de grande importância para o desenvolvimento turístico, e a sua correta implementação pode gerar benefícios, a exemplo do aumento no fluxo turístico do destino.

CAPÍTULO 2

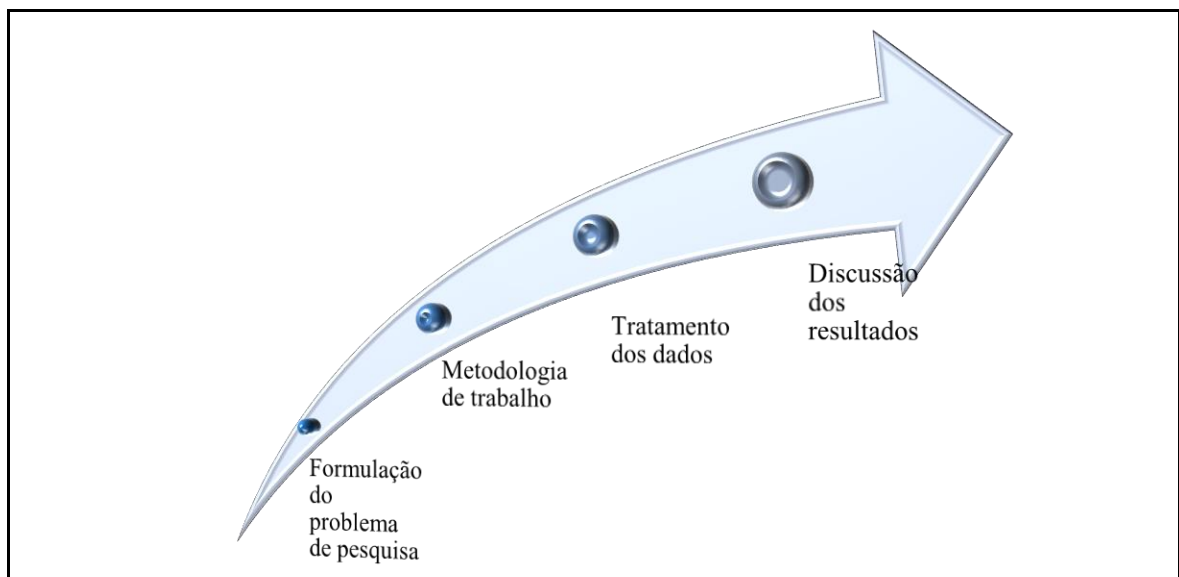
METODOLOGIA

Nesse capítulo trata-se dos procedimentos metodológicos que norteiam a pesquisa tendo o propósito de detalhar como foi feita a investigação e como foi elaborado o produto final do estudo. A metodologia está estruturada em cinco momentos: o desenho da pesquisa, a investigação e suas etapas, fontes primárias e secundárias, experiência/vivência em centros históricos brasileiros, instrumentos de coleta de dados e delimitação da questão de pesquisa e das hipóteses de investigação.

2.1 Desenho e etapas da pesquisa

De acordo com Creswell (2003), o desenho de pesquisa é o tópico guia utilizado para o planejamento, implementação e análise, que pode auxiliar nas respostas às perguntas ou hipóteses da pesquisa. O desenho da pesquisa pode estar associado à elaboração de diagnóstico sobre uma situação específica, seja pertinente à formulação de um projeto para atingir um problema diagnosticado. Assim sendo, o desenho desta pesquisa perpassa por várias fases, desde a formulação do problema até a apresentação e discussão dos resultados (Figura 5).

Figura 5 - Desenho da pesquisa



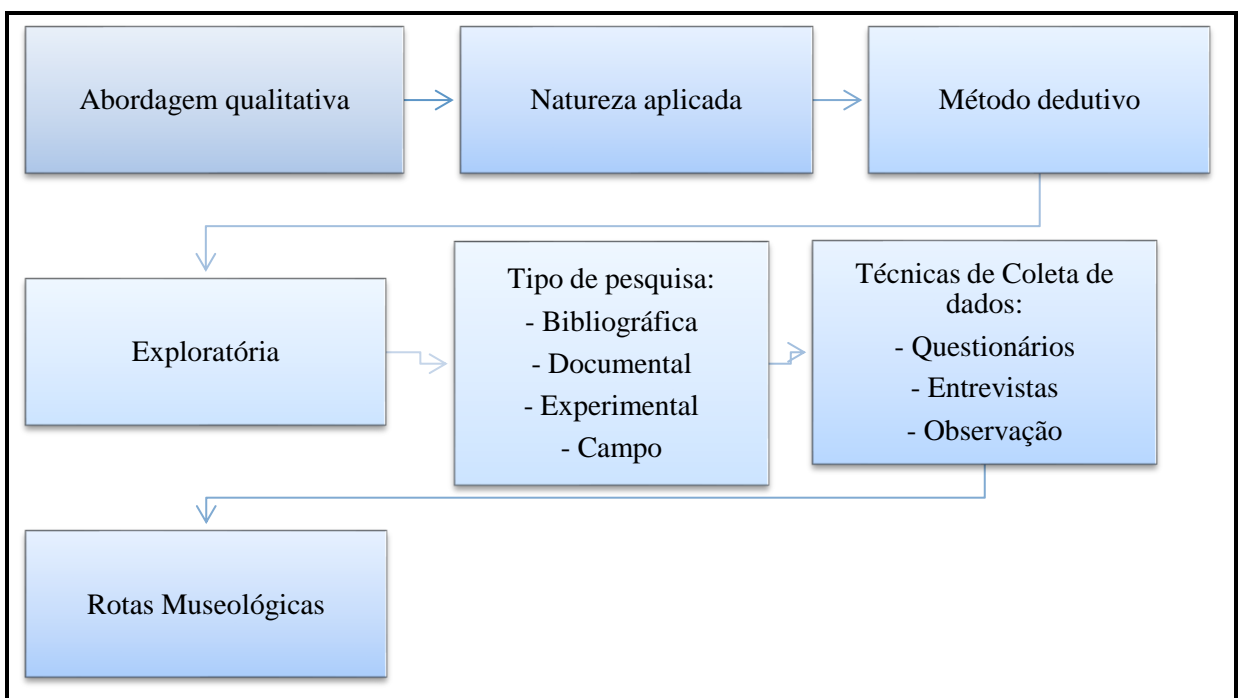
Fonte: Elaboração própria, 2019.

A presente pesquisa abrange a captação de dados em situações que envolvam pessoas, lugares e o uso de metodologias que possibilitem o contato do pesquisador com o campo de estudo, buscando entender os acontecimentos de acordo com a visão dos indivíduos ou os participantes do processo investigativo.

A pesquisa, segundo Gil (2006), é um projeto lógico e racional cujo objetivo é proporcionar respostas aos problemas propostos, por meio da aplicação cuidadosa de métodos, técnicas e outros procedimentos científicos até a adequada demonstração dos resultados.

As pesquisas podem enveredar por caminhos intelectuais ou de ordem prática a depender da escolha do pesquisador, considerando os recursos necessários à sua efetivação. Todavia, para que esse objetivo seja cumprido é necessária a aplicação da metodologia científica como estratégia de desenvolvimento e auxílio na forma de condução do trabalho. Este estudo pretende seguir o procedimento conforme a figura 6.

Figura 6 - Percurso metodológico

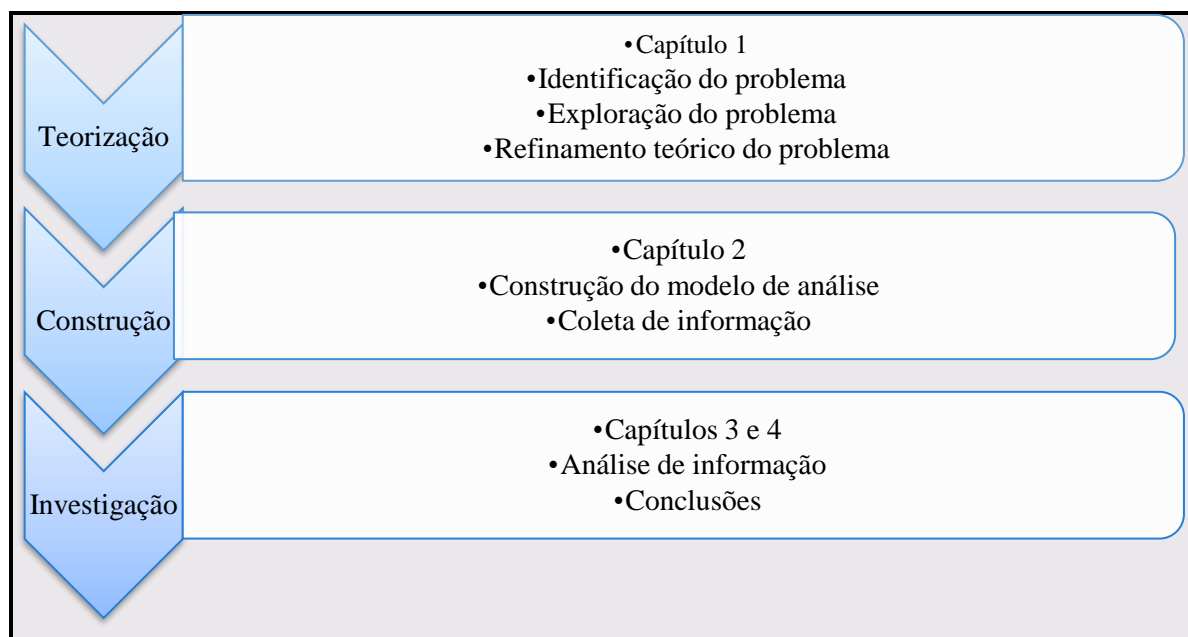


Fonte: Elaboração Própria, 2019.

A metodologia é um processo que se utiliza de múltiplos instrumentos para coleta de dados e enriquecimento da pesquisa, a partir da “escolha do procedimento para obtenção de dados, perpassando a identificação de método(s), técnica(s), materiais, instrumentos de pesquisa e definição de amostra/universo, à categorização e análise dos dados coletados” (OLIVEIRA, 2011, p. 41).

A partir do empirismo adotado por Carbone (2006), este estudo baseou-se nas fases que reconhecem diferentes etapas que se interligam no processo investigativo. A partir da teorização é possível identificar e explorar o problema por meio das variáveis ou fenômenos intermitentes e assim conseguir formular a problemática de pesquisa e o seu refinamento teórico com base na revisão da literatura. Em seguida tem-se o momento de estabelecer o modelo de análise da construção da investigação para definir o processo de coleta das informações, e por último, é feita a análise do problema e são realizadas as considerações finais (Figura 7).

Figura 7 - Etapas da investigação

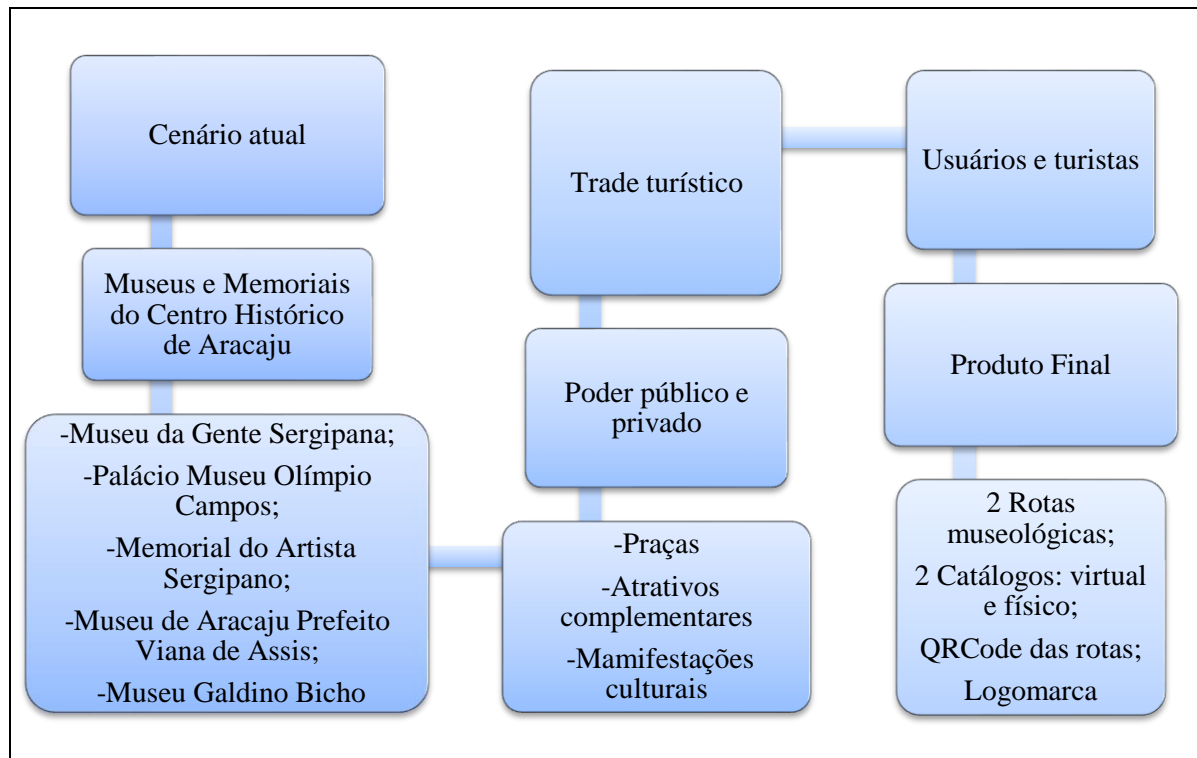


Fonte: Elaboração própria, 2020.

Neste sentido, a metodologia pode ser vista, de acordo com Gomes (2001, p. 6), como “o conhecimento geral e a habilidade que são necessários ao pesquisador para se orientar no processo de investigação, tomar decisões oportunas e selecionar conceitos”.

A figura 8 representa o desenho do percurso metodológico que compreende as fases do processo de elaboração das rotas museológicas no centro histórico de Aracaju, desde a escolha dos envolvidos (cenário atual), até a definição dos atrativos, o envolvimento dos sujeitos, poder público e privado e a entrega do produto final.

Figura 8 - Potencialidades para elaboração de Rotas Museológicas



Fonte: Elaboração própria, 2020.

2.2 A natureza da pesquisa

A pesquisa de abordagem qualitativa tem como principal ferramenta o próprio pesquisador e procura aprofundar-se na compreensão dos fenômenos que estuda – ações dos indivíduos, grupos ou organizações em seu ambiente e contexto social. Esse tipo de pesquisa possui caráter subjetivo e por ter critério valorativo não é numérico. Assim sendo, na perspectiva de compor rotas museológicas entende-se que a pesquisa qualitativa se adapta a esse estudo, pois, segundo Gil (2008), ela se define como um procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos tendo a interpretação e a consideração do pesquisador como principal instrumento de investigação (ALVES, 1991).

A natureza da pesquisa é aplicada, pois se dedica à geração de conhecimento para solução de problemas específicos, e dirigida à busca da verdade para determinada aplicação prática em situação particular.

Esta pesquisa possui caráter exploratório, visto que tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores (DENCKER, 2003;

GIL, 2008; 1991). Esse tipo de pesquisa proporciona uma visão geral de forma a facilitar e familiarizar o pesquisador com o problema e o objeto de investigação, para permitir a construção de hipóteses ou tornar a questão de forma mais clara a partir de estudo de caso ainda pouco conhecido.

O método dedutivo foi utilizado para compor o processo de elaboração das rotas museológicas do centro histórico de Aracaju devido a investigação partir da formulação de princípios gerais, como verdadeiros, pois já foram validados pela ciência existindo uma lógica entre a premissa geral. Esse tipo de método fundamenta-se no silogismo e parte de uma premissa maior para uma menor, fazendo a análise de uma determinada situação genérica para a partir daí deduzir como são os casos específicos (FREDERICO, 2006).

Quanto aos tipos da pesquisa, esta tem por base ser bibliográfica e documental. O estudo bibliográfico indicou a necessidade de uma construção teórica a partir de uma pesquisa por autores em diversas áreas versadas neste estudo. Desse modo, este estudo buscou fundamentação nas áreas do turismo e do turismo cultural, centro histórico, patrimônio e rotas museológicas, voltadas para orientações sobre a segmentação do turismo, planejamento e processo de roteirização turística.

Assim, a construção teórica baseou-se em autores que dissertam sobre planejamento (BOULLÓN, 2001; BENI, 1999; NOGUEIRA, 2006), turismo (CARLOS e LEMOS, 2003; TITO et. al, 2017; BARBOSA, 2005; CARDOSO, 2012; TRIBE, 1997), turismo cultural (COSTA, et al., 2015; PÉREZ, , 2009; CARBONE , 2006; AZEVEDO, 2017; CUCHE, 1999), centro histórico (VILAR, 2006; CARDOSO, 2012; CARLOS, 2003; CARVALHO, 2011), rotas museológicas (GONÇALVES e RIBEIRO, 2015; BRIEDENHANN e WICKENS, 2004; RICHARDS, 2009; CORREIA, 2005;) e patrimônio cultural (CARBONE 2006; CRUZ, 2012; GRINOVER, 2012). Na literatura internacional, foram utilizados autores que discutem e apresentam o desenvolvimento de rotas e roteiros turísticos (PAULA e BASTOS, 2002; MAIA e BAPTISTA, 2010-2011).

A pesquisa documental foi elaborada levando em consideração conceitos e características do planejamento de rotas museológicas, documentos sobre o patrimônio e os museus que farão parte das rotas. Neste caso, a pesquisa documental foi realizada principalmente em visita aos órgãos públicos, com acesso a dados que permitem levantamento histórico representativo para a fundamentação e desenvolvimento do estudo em questão.

Quanto à pesquisa de campo ou empírica esta caracteriza-se pelas investigações na busca de informações relevantes, além da pesquisa bibliográfica e/ou documental que auxiliam nos resultados (GIL, 1994). A pesquisa de campo também pode ser considerada como empírica.

Segundo Demo (1994), esse tipo de pesquisa oferece maior credibilidade às argumentações, por mais tênue que possa ser a base factual, e a depender do referencial teórico os dados empíricos agregam impacto no sentido de facilitarem a aproximação com a prática.

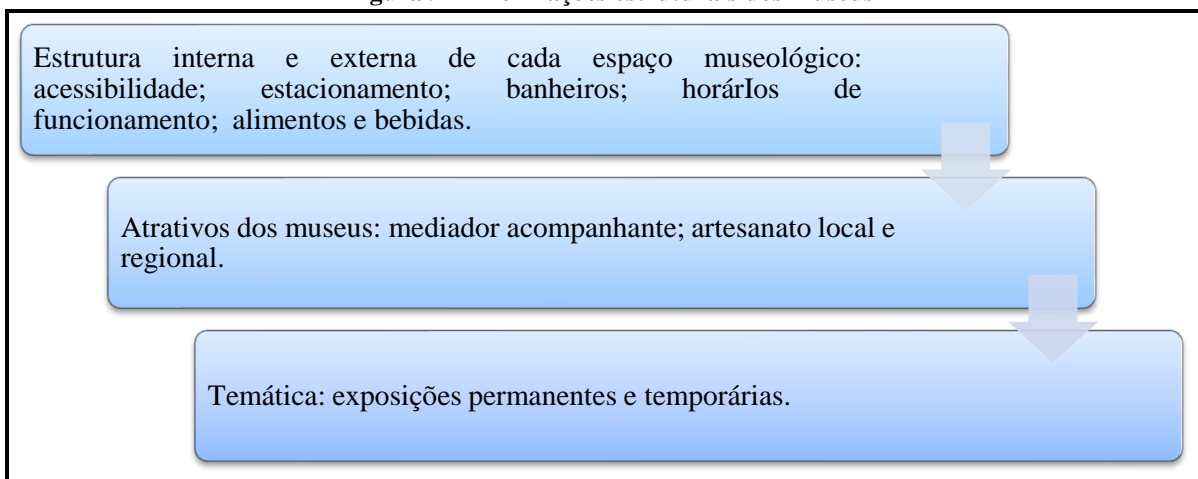
2.3 O planejamento das rotas museológicas e seus critérios

O plano de observação desta pesquisa teve como base as atividades desenvolvidas para o turismo e por quem as realiza, além de fluxo de visitantes e a prestação dos serviços existentes na localidade e nos atrativos (museus).

Ainda na pesquisa de campo, pode-se contar também com outro elemento primário, a observação, que auxiliou na coleta de dados e nos resultados, e se processou de duas formas por meio de observações: direta e não-participante e observação direta. Segundo Marconi e Lakatos (2003, p. 193), a observação não participante “presencia o fato, mas não participa dele; não se deixa envolver pelas situações. Isso, porém, não quer dizer que a observação não seja consciente, dirigida, ordenada para um fim determinado. O procedimento tem caráter sistemático”.

No período de 19 a 28 de setembro de 2019, foram levadas a cabo visitas aos museus em horários diferenciados (manhã/tarde), de acordo com a agenda dos gestores do Palácio Museu Olímpio Campos, Museu da Gente Sergipana, Museu do Artesanato Sergipano, Museu Galdino Bicho, Museu de Aracaju Prefeito Viana de Assis e Memorial do Poder Judiciário de Sergipe. A intenção foi conhecer mais detalhadamente a infraestrutura de cada atrativo. Neste estudo de caso, foi possível recolher dados informativos que permitiram a confirmação dos museus escolhidos para compor as rotas museológicas (Figura 9).

Figura 9 - Informações estruturais dos museus



Fonte: Elaboração própria, 2020.

No processo de planejamento das rotas também foi utilizada a ferramenta Matriz SWOT. Uma ferramenta criada por Kenneth Andrews e Roland Cristensen, a análise SWOT estuda a competitividade de uma organização segundo quatro variáveis: Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Oportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças). Através de quatro variáveis, faz-se a inventariação das forças e fraquezas, oportunidades e ameaças do meio no qual se pretende atuar quando os pontos fortes de uma organização estão alinhados com os fatores críticos de sucesso para satisfazer as oportunidades de mercado (RODRIGUES, et al., 2005). A utilização dessa ferramenta deu oportunidade de conhecer de forma preliminar a realidade do centro histórico de Aracaju, sua dinâmica e as relações entre o trade, gestores de museus, condições dos equipamentos e serviços do entorno (Quadro 12).

Quadro 12 - Análise SWOT: proposta de rotas museológicas para Aracaju

Ambiente Interno	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> • Atrativos culturais; • Equipamentos turísticos conservados; • Acessibilidade; • Vias de acesso com qualidade; • Turistas e comunidade local; • Funcionalidades dos espaços para atrair mais visitantes; • Aproximação dos museus com a comunidade; • Valorização e aproveitamento do centro histórico; • Promoção do destino. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pouco aproveitamento do centro histórico; • Desprestígio das atividades culturais no centro histórico (eventos: primavera de museus) etc; • Falta de continuidade das ofertas de roteiro turístico; • Desinteresse dos guias e agências de turismo receptivo em ofertar os museus e memoriais do centro histórico de Aracaju; • Falta de comunicação organizacional e institucional na divulgação de novos roteiros; • Sinalização turística inexistente para museus e memoriais no centro histórico. • Falta de estacionamento e pista para cadeirante.
Ambiente Externo	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Parceria: público/privada: <i>trade</i> turístico; SETUR, SEMICT, instituições museias (Museu da Gente Sergipana, Palácio Museu Olímpio Campos, Museu Galdino Bicho, Memorial do Artista Sergipano, Memorial do Poder Judiciário de Sergipe e Museu de Aracaju Prefeito Viana de Assis) • Parceria com as Instituições de Ensino Superior/ IES (UFS e IFS) e Sistema S: SEBRAE, SENAC, SESC • A cultura como fator de desenvolvimento econômico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Indiferença do trade em inovação de roteiros; • Aumento do índice de violência e criminalidade no centro histórico; • Falta de importância e visibilidade dos museus; • Crise econômica. • Pandemias.

Fonte: Elaboração própria, 2019.

Com base na ferramenta SWOT, foi possível fazer uma análise empírica preliminar levando em consideração as opções na elaboração das rotas museológicas no centro histórico de Aracaju (Quadro 13).

Quadro 13 - Prognóstico das rotas museológicas do centro histórico de Aracaju

A Rota	Sem a Rota	Com o Rota
Rotas Museológicas no Centro Histórico de Aracaju	Pouca visibilidade dos patrimônios edificados.	Aproveitamento dos equipamentos turístico-culturais do centro histórico de Aracaju.
	Falta de reconhecimento como valor fundamental das áreas históricas para o turismo cultural.	Potencialização das ações voltadas para o resgate e preservação do patrimônio cultural material e imaterial de Aracaju.
	Perda das características culturais particulares voltadas a história econômica, política e social de Sergipe.	-Intensificar as atividades de assistência e promoção social, e priorizar ações de fomento a geração de emprego e renda.
	Concentração de renda e de gastos turísticos em outras localidades. (ex. Orla de Atalaia).	Promoção de gastos turísticos no centro histórico.
	Área do centro histórico de Aracaju pouco aproveitada para o turismo cultural.	Incentivo as manifestações culturais e educacionais mediante a aplicação das rotas por turistas, comunidade pelas instituições públicas e privadas que se dedicam à ação e difusão cultural.
	Desconhecimento dos atrativos culturais como museus e memoriais por parte da comunidade local.	- Contribuir de forma a garantir uma participação efetiva da comunidade no processo de preservação e revitalização do centro histórico.
	Pouca oferta turística de lazer no centro histórico.	Aumento da média de permanência do turista na capital.

Fonte: Elaboração própria, 2019.

A metodologia utilizada pela Organização Mundial do Turismo (OMT) e pelo Centro Interamericano de Capacitação Turística (CICATUR) para a hierarquização de atrativos turísticos está representada no Anexo 1 desta dissertação.

Segundo Brasil (2007, p. 29) “os atrativos que demonstram maior potencial e melhor estrutura para recepção de turistas devem ter prioridade na estruturação de roteiros. É a partir desse momento que o roteiro passar a ser um produto turístico com valor de mercado definido”. Assim, a partir da metodologia do Programa de Regionalização do Turismo – PRT, descrito em Brasil (2007), os atrativos podem ser classificados por categorias, e para este trabalho a pesquisa se utiliza da categoria atrativos culturais.

O objetivo da aplicação metodológica do PRT é auxiliar a avaliação quanto à importância dos atrativos identificados para sua inclusão no roteiro turístico. Os critérios ou

potencial de atratividade dos monumentos segundo o PRT (2007) obedecem critérios e valores que são determinantes na escolha e nas decisões dos atrativos que possuam características peculiares junto ao interesse que este pode despertar nos turistas. Esses critérios possuem níveis distintos entre si aplicados da seguinte forma: (0) nenhum; (1) baixo; (2) médio e (3) alto. No caso em questão, os atrativos analisados nesse estudo se referem aos que compõem as rotas museológicas no centro histórico de Aracaju conforme visto no quadro 14.

Quadro 14 - Hierarquização dos atrativos turísticos do centro histórico de Aracaju

Atrativos	Potencial de atratividade (Valor multiplicado por 2)	Grau de uso atual	Representatividade (valor multiplicado por 2)	Apoio local e comunitário	Estado de Conservação	Infra estrutura	Acesso	Total
Prédio do Museu da Gente Sergipana.	6	3	4	3	3	3	3	25
Prédio do Palácio Museu Olímpico Campos	6	3	4	3	3	3	3	25
Prédio do Centro de Turismo	6	3	4	3	3	3	3	25
Prédio do Centro Cultural de Aracaju	6	3	4	3	3	3	3	25
Prédio do Instituto Hist. e Geog. de Sergipe	6	1	4	2	3	3	3	22
Prédio do Memorial do Poder Judiciário de Sergipe	6	1	4	2	3	3	3	22

Fonte: Elaboração Própria, 2020.

A lista dos atrativos escolhidos para compor as rotas foi agrupada em ordem crescente de visitação. O centro histórico de Aracaju possui outros bens arquitetônicos, mas devido essa pesquisa evidenciar os museus e os memoriais, os demais atrativos que se encontram no entorno, farão parte do contexto como elementos complementares, a exemplo da Ponte do Imperador dentre outros.

Durante a fase de teste das rotas foi percorrido o trajeto com um profissional de turismo e um guia de turismo local. O percurso foi elaborado em horários distintos (manhã e tarde), no sentido de tentar compreender a dinâmica do centro histórico de Aracaju, em termos de conforto térmico, segurança local, sinalização turística e sinalização vertical e horizontal de trânsito (faixas de pedestre, etc), serviços e equipamentos para alimentos e bebidas (A & B), horários de funcionamento dos museus e locais de paradas.

As rotas criadas neste estudo encontram-se no contexto da temática dos museus do centro histórico de Aracaju, ou seja, nos temas abordados nas exposições sobre a história política e social. Assim, foi realizado um levantamento geográfico da área de estudo e selecionado os museus de interesse para a investigação de forma a aplicar um programa que satisfizesse aos visitantes e moradores locais. No processo de seleção dos museus determinaram-se como critérios preliminares de escolha para concepção das rotas a proximidade geográfica e os interesses dos turistas, além da temática.

Mencionado a temática como um ponto de atratividade nas visitas aos museus do centro histórico de Aracaju, seguiu-se os direcionamentos do IBRAM, no qual os museus se classificam de acordo com o seu acervo e representatividade em diversas áreas: história/política, cultura, comercial, de artes, dentre outros.

Assim, as rotas museológicas no centro histórico de Aracaju foram definidas utilizando o mesmo requisito, por temática (T). Para ilustrar, no quadro 15 foram definidos alguns museus existentes no centro histórico de Aracaju, que poderiam fazer parte das rotas museológicas: memorial jurídico (T1), museu de artesanato (T2), museu histórico (T3), museu interativo e tecnológico (T4).

Quadro 15 - Classificação temática dos museus e memoriais do centro histórico de Aracaju

Museus e Memoriais	Classificação	Temática
Memorial do Poder Judiciário de Sergipe Palácio Silvio Romero (Memorial do Poder Judiciário Sergipano)	História jurídica	T1
Memorial do Artista Sergipano (Rua do Turista)	Artesanato	T2
Museu da Cidade de Aracaju Prefeito Viana de Assis (Centro Cultural de Aracaju)	Histórico	T3
Museu Galdino Bicho (Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe)	Histórico	T3
Palácio Museu Olímpio Campos	Político e histórico	T3
Museu da Gente Sergipana	Museu interativo e tecnológico	T4

Fonte: Elaboração própria, 2019.

Depois de identificados todos os museus da região, foram selecionados os de interesse para esta investigação, baseando-se a escolha nos seguintes critérios preliminares previamente estabelecidos: potencial turístico e visibilidade. Com base nos critérios de consolidação para a

seleção dos museus e nos critérios para a formulação das rotas apresentados anteriormente, foram então criadas duas rotas museológicas.

Nesse estudo, o enfoque maior da pesquisa bibliográfica foi encontrar elementos atrativos para as rotas. No que diz respeito aos critérios de escolha e avaliação das rotas, foram adotados os seguintes: proximidade geográfica, proximidade dos atrativos, interesses dos turistas e sua capacidade econômica, serviços gastronômicos no entorno e facilidade de locomoção, ou seja, distância, potencial turístico e visibilidade.

O processo de estruturação das rotas museológicas se deu após a coleta dos dados referente a cada tipo de museu e memorial, levando em consideração suas coleções e apresentações iconográficas. A elaboração de uma rota turística, segundo Paula; Bastos (2006), deve ser composta por quatro etapas conforme quadro 16.

Quadro 16 - Etapas de implantação de rotas museológicas

• Definição da rota a implementar
• Definição dos atrativos turísticos que irão compor as rotas
• Realização de levantamento geográfico e de acesso que ligam os pontos turísticos
• Aplicação de recurso via internet com o uso da ferramenta <i>Google Maps</i> ou buscar auxílio de um profissional designer gráfico que auxilie tematicamente no traçado das rotas

Fonte: Elaboração própria, 2020.

Todavia, de acordo com Maia (2010), é também necessário o controle de impacto causado pelo turismo tanto nos locais visitados quanto pelas comunidades, de forma a se preservar a autenticidade e o valor material dos objetos e também as tradições e costumes locais.

2.4 Experiências em centros históricos brasileiros

Na incessante busca para compor este trabalho, foi preciso, antes de tudo, conhecer o que os mercados fora de Sergipe têm em suas prateleiras referentes a oferta de produtos culturais sobre o objeto de pesquisa: rotas museológicas no centro da cidade.

Para complementar e enriquecer o conhecimento da temática, a pesquisadora realizou deslocamentos para alguns grandes centros culturais nacionais para descobrir se tais cidades trabalham com rotas museológicas. Assim foram visitadas três cidades: Recife-PE, São Paulo-SP e Salvador-BA, nos meses de julho, agosto e outubro/2019, como também foram realizadas

entrevistas informais com guias de turismo, receptivo de hotéis e agentes de viagem nos lugares visitados.

O objetivo das visitas, além da busca por respostas quanto ao desenvolvimento da oferta de passeios nos centros históricos de três capitais com grande fluxo turístico, foi evidenciar *in loco* a existência de oferta de rotas museológicas e as dificuldades e avanços na sua implementação turística.

- **A experiência em Recife-PE**

Em Recife-PE, durante a pesquisa realizada nos dias 24 e 25 de julho de 2019, a técnica utilizada foi a entrevista informal que se deu de forma fluída nas agências de turismo receptivo e hotéis da orla e aeroporto. A maior parte da pesquisa foi realizada no bairro e Orla de Boa Viagem, pelo fato dessa região ser uma das áreas relevantes para o turismo local por concentrar além de hotéis e agências, uma grande variedade de equipamentos de lazer, oferta gastronômica, shoppings e também, por ser uma das vias de acesso ao centro histórico da capital, localizado no “marco zero”, ponto de paradas de todos os passeios city-tour em Recife. Na capital pernambucana foram visitadas quatro agências de turismo receptivo: a Pontual Receptivo, Matur Viagens, Luck Receptivo e Catamatan Tour. Foram feitas cinco visitas em hotéis: o Grand Mercure Recife Boa Vaigem, Radisson Recife, Navegantes Praia Hotel, Park Hotel e Hotel Jangadeiro.

As perguntas foram baseadas na oferta de passeios turísticos oferecidos na capital: quais os passeios turísticos ofertados? Existem passeios específicos para museus e memoriais como rotas museológicas? Existe interesse dos empresários em promover um roteiro somente para museus e memoriais?

De acordo com as informações obtidas, os passeios mais ofertados são voltados para o modelo de sol e mar, e durante o *city-tour*, realizado no bairro do “Recife Antigo”, a programação não especifica museus e memoriais. A parada principal acontece no marco zero com visita ao centro de artesanato local. Outros pontos podem ser visitados como opcional pelo turista, em outro momento que não seja neste passeio, pois permanecem ali por aproximadamente uma hora.

Quando perguntado sobre um roteiro ou rota específico para de museus, foco da nossa pesquisa, a resposta foi unânime. “não existe esse roteiro ou essa rota” para turista e sim a pedido das escolas (turismo pedagógico). Contudo, no entendimento dos vendedores das agências e recepcionistas de hotéis, uma rota de museus pelo centro histórico seria uma

estratégia viável e dinamizadora, pois existe, segundo os entrevistados, procura por esse produto (Figura 10).

Figura 10 – Oferta de produtos no mercado turístico de Recife - PE

The figure consists of two promotional materials for tourism in Recife, PE. The left image is a grid of tour cards, each with a title, a small image, a price, and a schedule. The right image is a larger promotional poster for 'HARAMATAO CATARARÁ' featuring a boat and various activities.

Saídas de Recife		
Recife Cultural com Castelo Brennand R\$ 60,00 por pessoa Dias: terças, quintas e sábados Horário: a partir das 9h	Olinda com Recife Antigo R\$ 60,00 por pessoa Dias: domingos, quartas e sextas Horário: a partir das 9h	Porto de Galinhas R\$ 65 por pess Dia: segundas, quartas e sáb Horário: a partir das 7h30
Praia dos Carneiros R\$ 70,00 por pessoa Dias: domingos, quartas e sextas Horário: a partir de 7h30	Praia de Maragogi - AL R\$ 75,00 por pessoa Dias: terças, quintas e sábados Horário: a partir de 7h30	Enseadinha de Caithe R\$ 65,00 por pess Dias: segundas e sextas Horário: a partir das 7h30
Igarassu / Itamaracá R\$ 65,00 por pessoa Dias: quintas Horário: a partir de 7h30	Tour Catamarã R\$ 78,00 por pessoa Dias: diariamente Horário: consultar	João Pessoa - PB R\$ 111 por pess Dias: quintas Horário: a partir das 7h30
Caruaru R\$ 95 por pessoa Dias: sábados Horário: a partir das 7h30	Observações: - Tarifas atuais sujeitas a alteração sem prévio aviso; - Inclui: transporte em veículo climatizado + guia de turismo; - Os horários poderão sofrer alterações de acordo com a localização do hotel. - Consulte política de cancelamento e para crianças; Grupos a partir de 10 pessoas podem sair para qu um dos passeios em qualquer dia.	
Informações e reservas: (81) 3312.3666 9 9155.0634 (81) 3213.1404 9 9163.4 81 9 8202.6873 A vista ou nos cartões de crédito em 2x sem juros		

Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

- **A experiência em São Paulo-SP**

Na cidade de São Paulo, a pesquisa foi realizada no dia 12 de agosto de 2019, após agendar via *site*⁸ uma visita ao projeto cultural conhecido como Caminhos do Triângulo. O projeto conta com o apoio da Associação Viva o Centro, da Aliança pelo Centro Histórico e do empreendimento de hospedagem e gastronomia Cama e Café São Paulo. O projeto tem como objetivo, a partir de caminhadas explicativas, valorizar o Triângulo Histórico de São Paulo⁹ no qual foram desenvolvidos roteiros temáticos diferenciados com duas horas de duração. A saída se dá na sede da Aliança pelo Centro Histórico de São Paulo, na Rua da Quitanda, nº 80. Este local é próximo às estações de metrô Sé e São Bento.

A princípio, o passeio assemelha-se a uma rota de museus, entretanto, quando perguntado informalmente à guia acompanhante do passeio, o porquê de não divulgar como

⁸Caminhos do Triângulo. Disponível em: <http://www.vivaocentro.org.br/programas-e-projetos/caminhos-do-triangulo>.

⁹Triângulo Histórico de São Paulo. Desenho urbano a partir da ligação imaginária de três vértices físicos que formam um Triângulo. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100134/tde-29052014-180806/en.php>. Acesso em 21. nov. 2019.

rota de museus ou similar a resposta foi surpreendente. Segundo a guia acompanhante, o nome do projeto como Caminhos do Triângulo atrai mais visitantes, pois as pessoas não tem o mesmo interesse quando se divulga o projeto como sendo visita a “museus”. Porém, para confirmar a resposta fornecida pela guia de turismo, entramos em contato telefônico com a Associação Viva o Centro, no dia 21 de novembro de 2019, e a resposta foi a mesma (Figura 11).

Figura 11 – Encarte do passeio Caminhos do Triângulo-SP

Faça os nossos passeios turísticos e conheça o Centro Histórico de São Paulo!

DAS 14:00 ÀS 16:00

2ª FEIRA: Igrejas
3ª FEIRA: Destaques do Centro Histórico
4ª FEIRA: Estilos Arquitetônicos
5ª FEIRA: Café e Cafeterias
6ª FEIRA: Espaços Culturais no Centro Histórico

SÁBADO:
 São Paulo de Todas as Culturas (das 10:00 às 12:00)
 Destaques do Centro Histórico (das 14:00 às 16:00)
DOMINGO:
 Café e Cafeterias (das 10:00 às 12:00)

SEGUNDAS, QUARTAS, FINAIS DE SEMANA E FERIADOS SOMENTE MEDIANTE AGENDAMENTO POR EMAIL.

LOCAL DE SAÍDA:
 Aliança pelo Centro Histórico
 Rua da Quitanda, 80
 (próximo ao metrô Sé)

MAIS INFORMAÇÕES:
 (11) 3101-5842
 vivaocentro.org.br
 roteiroscaminhosdotriangulo@gmail.com
 CaminhosDoTriangulo

VALORES, CONSULTAR NOSSA PÁGINA NO FACEBOOK.

Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

- **A experiência em Salvador-BA**

Buscando conhecer outras experiências a pesquisa nos direcionou para a cidade de Salvador-BA, e partindo de informações turísticas disponibilizadas via site (<https://www.youtube.com>) a respeito de rotas museológicas existente na cidade de Salvador, encontrou-se a divulgação do produto 2.3 A partir daí, houve o deslocamento da pesquisadora para a capital baiana e no dia 10 de outubro de 2019, a rota foi concretizada seguindo todo o percurso descrito via site. Não houve, neste caso, contato com guias ou agências de viagens.

A rota dos museus é um passeio gratuito para os principais museus de Salvador que começa no Palacete das Artes, localizado na Rua da Graça, depois há o deslocamento a pé para

o Museu de Arte da Bahia-MAB, localizado na Avenida Sete de Setembro, local conhecido como o Corredor da Vitória. A partir desse ponto, por motivo de segurança foi feito o uso de automóvel até o Museu de Arte Moderna-MAM, localizado no Solar do Unhão e, após essa parada, seguiu-se para o conhecer o Centro Cultural Solar Ferrão, localizado no Pelourinho, ponto final da rota de museus de Salvador. Pode-se concluir que dos locais visitados Salvador foi onde se encontrou literalmente uma rota de museus, que tanto pode ser realizada a pé pelo centro histórico como fazer uso de transporte. Porém, os guias dos museus que fazem parte dessa rota aconselham que, por medidas de segurança, o deslocamento para alguns atrativos seja feito de automóvel no trecho que compreende o bairro da Graça, Solar do Unhão e Solar Ferrão (Pelourinho).

2.5 Instrumentos de coleta de dados

Com base nos objetivos que se pretende alcançar, no tipo de caso apresentado e no panorama teórico de referencial, optou-se pelas seguintes técnicas de coleta de dados: a) coleta de dados primários com roteiro de entrevista semiestruturada e observação direta e não-participante; b) coleta de dados secundários, realizada através da pesquisa bibliográfica.

Para obter dados primários que permitissem determinar os benefícios e obstáculos na constituição das rotas museológicas, foram realizadas visitas aos museus e aplicação de entrevistas de forma direta com gestores de museus, turistas, guias de turismo, comunidade, setor público e iniciativa privada.

Entre o período de agosto a dezembro de 2019 a janeiro a março 2020 foram respondidos os questionários e realizadas entrevistas de acordo com a disponibilidade de cada entrevistado, tendo cautela em explicar os objetivos do trabalho, a finalidade do uso da informação recolhida, bem como quais as intenções e vantagens para o turismo em envolver os atrativos nas rotas. O ponto forte das perguntas foi referente ao interesse desses atores em participar do processo de construção das rotas museológicas e se o produto apresentado beneficiaria o turismo de Aracaju.

A coleta de dados primários iniciou pela aplicação de 100 entrevistas sobre os seguintes aspectos: grau de interesse da gestão; impacto das rotas museológicas para os museus; importância e relevância do produto para o turismo cultural; e sustentabilidade e impacto no aumento da visitação por meio das rotas museológica. O uso dessas técnicas permitiu uma especial forma de interação entre ambas as partes, entrevistador e entrevistado, centrando-se nos objetivos essenciais da pesquisa (CORREIA, 2005; CARBONE, 2006).

As primeiras observações foram realizadas entre agosto e outubro de 2019. Quanto ao tipo de observação adotada, a opção foi pela direta. Neste caso, o pesquisador escolhe preliminarmente o que será estudado e o foco exato que irá seguir para análise, devendo elaborar um plano com as categorias de análises, bem como os objetivos prévios à pesquisa para uma observação equilibrada (BELEI, et al, 2012).

As entrevistas aconteceram simultaneamente entre os meses de agosto de 2019 a março 2020, sendo realizados seis instrumentos de coletas entre questionários e entrevistas para seis segmentos com mais de 10 perguntas abertas e fechadas (Quadro 17). A amostra de 100 questionários ajustou-se à perspectiva de pesquisa qualitativa devidamente assumida por se tratar de um objeto flexível e dialógico.

Quadro 17 - Apêndices: coleta de dados da pesquisa

Instrumentos	Categoria	Quantitativo	Período
Apêndice A	Guias de Turismo	45	20/08/2019 a 20/01/2019
Apêndice B	Gestão Pública	02	01/02/2020
Apêndice C	Setor Privado	05	01/02/2020 a 10/02/2020
Apêndice D	Gestores de Museus	06	01/12/2020 a 20/02/2020
Apêndice E	Comunidade	20	20/04/2019 a 26/02/2020
Apêndice F	Turistas	22	15 a 10/03/2020
Total de questionários:		100	

Fonte: Elaboração própria, 2019.

Especificamente com os guias de turismo de Aracaju, categoria regional, foram aplicados 30 questionários durante o *famtur*¹⁰, realizado no mês de abril/2019, na Reserva Boa Luz-SE, e 15 em encontros com guias nos passeios no mês de outubro/2019 a fevereiro/2020 (Apêndice A). Quanto aos órgãos públicos, foram enviados via e-mail 02 questionários, sendo 01 para a SEMICT (Secretaria Municipal da Indústria Comércio e Turismo) e 01 para EMSETUR (Empresa Sergipana de Turismo) (Apêndice B).

Dentro do universo para a comercialização da oferta dos produtos no mercado de agências de turismo receptivo local, buscou-se as agências aracajuanas que mais se destacam

¹⁰ Consiste em convidar agentes de viagem para visitar o destino, para que conheçam o local e saibam o que estão oferecendo ao cliente (BRASIL, 2007, p. 8). Disponível em: http://www.ibam.org.br/media/arquivos/estudos/promocaoapoiocomercializacao_turismo_1.pdf. Acesso em: 05.jun.2019.

atualmente nas vendas de passeios a saber: Nozes Tur, Top Tur, Farol Tur, Lucivaldo Turismo e a A & E Turismo. Foram aplicados 05 questionários, um para cada agência (Apêndice C).

Referente aos questionários aplicados aos gestores de museus e memoriais, foram realizadas 06 entrevistas no sentido de medir o grau de interesse pelas rotas, assim distribuídos: Museu da Gente Sergipana, Palácio Museu Olímpio Campos, Memorial do Poder Judiciário, Memorial do Artista Sergipano, Museu de Aracaju Prefeito Viana de Assis e museu Galdino Bicho (Apêndice D).

Com a comunidade em geral, envolvendo professores, comerciantes, transeuntes no comércio local etc., foram aplicados 20 questionários (Apêndice E). No tocante aos visitantes e turistas que buscam o turismo cultural, foram aplicados 22 questionários em locais diversos como orla de Atalaia, museus e centro comercial da capital aracajuana (Apêndice F).

As entrevistas e os registros fotográficos que contém pessoas, foram realizados mediante termo de autorização para utilização de imagem e som de voz para fins de pesquisa tendo o cuidado de explicar previamente a cada entrevistado os objetivos da pesquisa e qual a colaboração do mesmo para o seu desenvolvimento (Apêndice G). A partir dos dados primários, pretendeu-se conhecer a relação entre o turismo cultural e os benefícios e a confiabilidade que as rotas museológicas poderão trazer para o centro histórico de Aracaju.

2.6 Delimitações da questão de pesquisa e das hipóteses de investigação

Um dos aspectos que um investigador deve dar importância durante a metodologia de pesquisa é o levantamento de referencial teórico, fundamentado a partir das indagações de diversos autores que dão início à construção de hipóteses de investigação, as quais são as respostas provisórias podendo ainda serem refutadas ao longo da pesquisa. Segundo Carbone (2006, p. 91), “a hipótese assume um papel fundamental, porque faz a ponte entre a parte teórica e a parte empírica, devendo por isso, justificar o trabalho da parte empírica”.

Vale ressaltar que o problema sinaliza o foco dado à pesquisa que, de acordo com Gil (1949, p. 49), “é qualquer questão não solvida, e que é objeto de discussão em qualquer domínio do conhecimento”. O enquadramento teórico dá início ao levantamento de hipóteses com suas respectivas variáveis e possíveis respostas de validação com o propósito de apresentar um panorama do problema e definir os objetivos do estudo, já que qualquer processo de investigação necessita da construção de uma questão de investigação e suas respectivas hipóteses de análise (Quadro 18).

Quadro 18 – Questões de pesquisa

Q1. É possível a elaboração de rotas museológicas no centro histórico de Aracaju?
H1. A museologia, associada a rotas turísticas e ao turismo cultural, é um fator de dinamismo urbano?
H2. A cooperação entre os gestores dos museus e o trade turístico pode ser benéfica para o turismo por meio das rotas museológicas?

Fonte: Elaboração própria, 2019.

No total, são duas hipóteses e para cada uma foi criada uma memória descritiva que procura apresentar, sumariamente, o escopo, identificar as variáveis em análise (dependentes e independentes), determinar a metodologia de coleta de informação e descrever qual a meta que se pretende atingir a partir dessa hipótese (Quadro 19).

Quadro 19 – Descritivo das hipóteses de investigação

Hipóteses	Escopo da Hipótese A	Variáveis em Análise Hipótese B	Metodologia de Coleta de Informação	Meta: o que quero provar?
H1. A museologia, associada a rotas turísticas e ao turismo cultural, é um fator de dinamismo urbano?	- Reconhecer os benefícios urbanos da relação entre museus e turismo cultural	- Fator de dinamismo urbano - Nº de museus na cidade - Nº de visitantes da cidade (reais e potenciais) - Benefícios econômicos e socioculturais	- Coleta de dados secundários - Revisão de literatura - Dados estatísticos - Coleta de dados primários	- Reconhecer a credibilidade da relação museus, rotas, turismo e seus benefícios para a cidade
H2. A cooperação entre os gestores dos museus e o trade turístico pode ser benéfica para o turismo por meio das rotas museológicas?	- Criar uma rede de cooperação entre os museus dentro das rotas e entre rotas para trazer benefícios ao turismo	- Cooperação entre os envolvidos - Benefícios para o turismo - Relação de entreaajuda entre museus, guias de turismo e <i>trade</i> turístico, network	- Coleta de dados secundários - Revisão de literatura - Recolha de dados primários: entrevista.	- Criar uma rede de cooperação entre os museus, dentro das rotas e entre as duas rotas, que traga benefícios para a atividade turística em Aracaju

Fonte: Elaboração própria, adaptado de Maia (2010).

A hipótese H1 intenciona fazer uma análise entre a relação turismo, turismo cultural e museu na cidade, ao identificar se este pode ser um fator de dinamismo urbano e considerar suas vantagens para determinar se a variável independente A (museus e turismo cultural) determina a variável dependente B (fator de dinamismo urbano), se A e B se determinam

mutuamente ou se A e B não têm qualquer relação (H- Hipótese zero). Deste modo, procura-se analisar os seguintes aspectos: a) número de museus na região; b) número de visitantes da região (reais e potenciais); c) benefícios econômicos; d) benefícios socioculturais, através da coleta de dados primários (trabalho de campo) e secundários (revisão de literatura).

No caso da H2 será avaliada se a possibilidade de colaboração em rede, entre rotas museológicas, pode trazer benefícios para o setor turístico de Aracaju. Assim, é necessário determinar se a variável independente A (cooperação entre os envolvidos) determina a variável dependente B (benefícios para o turismo). É necessário entender se A determina B, se B determina A, se A e B se determinam respectivamente ou se entre A e B não têm qualquer relação (H₀). Deste modo procura-se analisar os seguintes aspectos: a) relação de entreaajuda entre os museus escolhidos, poder público e privado; b) benefícios da network.

CAPÍTULO 3

O CENTRO HISTÓRICO DE ARACAJU ENQUANTO DESTINO TURÍSTICO

Este capítulo apresenta as transformações espaciais do centro histórico de Aracaju desde a sua fundação, evidenciadas pela importante atuação do poder público no processo de restauração, manutenção e valorização dos bens materiais e imateriais. Ao mesmo tempo, indica o centro histórico como um eixo territorial turístico da capital com intervenções na produção e uso dos equipamentos e serviços em prol do turismo local. A pesquisa aposta no centro histórico como possibilidade de diversificação da oferta turística, uma vez que este espaço representa historicamente a cultura do povo sergipano. Por último, é feito um inventário dos museus selecionados como âncoras para a rota turística no centro histórico de Aracaju.

3.1 Centro histórico de Aracaju: formação, delimitação e patrimônio

De acordo com Passos; Nascimento (2012), a cidade do Aracaju nasceu através da Resolução nº 413, de 17 de março de 1855, na qual o então presidente da província de Sergipe, Inácio Joaquim Barbosa, não apenas elevou à categoria de cidade o antigo povoado de Santo Antônio do Aracaju, como também transferiu a capital sergipana de São Cristóvão para o município de Aracaju que surgia às margens do rio Cotinguiba, atual rio Sergipe, próximo do encontro deste com o mar.

Assim, afirma Silva (2019) que motivos políticos e econômicos impactaram fortemente nos interesses da aristocracia local que almejava a ampliação dos negócios devido ao aumento no cultivo da cana-de-açúcar, na época, a atividade mais importante da economia da província, responsável por maior parte das exportações do estado¹¹. O crescimento e fortalecimento da agricultura aliado ao grande volume de escoamento da mercadoria, começava a dar sinais de que a infraestrutura portuária e a localização geográfica do porto da então capital, São Cristóvão, não mais atendia aos interesses da aristocracia local.

A transferência da capital se enquadrava num momento de transformação político-econômica vivida pelo país (CHOU, 2005). A mudança de São Cristóvão para Aracaju, de acordo com Vilar (2006) e Silva (2019), deu-se pela necessidade de promover o desenvolvimento da economia no Estado, no qual se buscava maior fluidez territorial para comunicar a então província com o país e com o mundo.

¹¹ A economia da Província de Sergipe tinha característica agro exportadora, baseada na produção e exportação de cana-de-açúcar e algodão, para o mercado mundial (RIBEIRO, 1988).

Entretanto, para Sebrão Sobrinho, (1954, p. 85), em relação ao governador Joaquim Inácio Barbosa, a mudança da capital não era parte dos planos

Nunca lhe passou a ideia de transferir a San-Cristovam para o Aracaju a capital da província! Inácio Joaquim Barbosa foi, tão só, um executor da vontade do Barão de Maruim, um responsável direto dos despistamentos do futuro Conde sergipano, que, como chefe político, não poderia arcar com tamanhas responsabilidades pessoalmente.

Segundo Silva (2019), a criação da cidade de Aracaju, em 1855, compôs um projeto de ordenamento territorial dos espaços urbanos brasileiros, articulado pela política administrativa monopolizadora do Império, que objetivava à modernização da rede urbana do país. O processo de modernização de Aracaju foi representado pelo conservadorismo, centralizador, numa época em que o Brasil esteve sob o “domínio” político do Gabinete de Conciliação (1853-1857), que permitia a integração das elites regionais em torno de projetos de modernização nacional.

Nessa época, de acordo com Thétis Nunes (1996), vivia-se um novo contexto do período imperial brasileiro, e era momento de pensar o desenvolvimento econômico por meio de um avanço maior sobre o comércio internacional. Assim, conforme Rodrigues (2005), as interferências políticas na história das cidades eram necessárias e serviram para a construção de mecanismos de poder sobre o modo de vida no sentido de estabelecer estratégias para a garantir melhor funcionalidade dos movimentos econômicos.

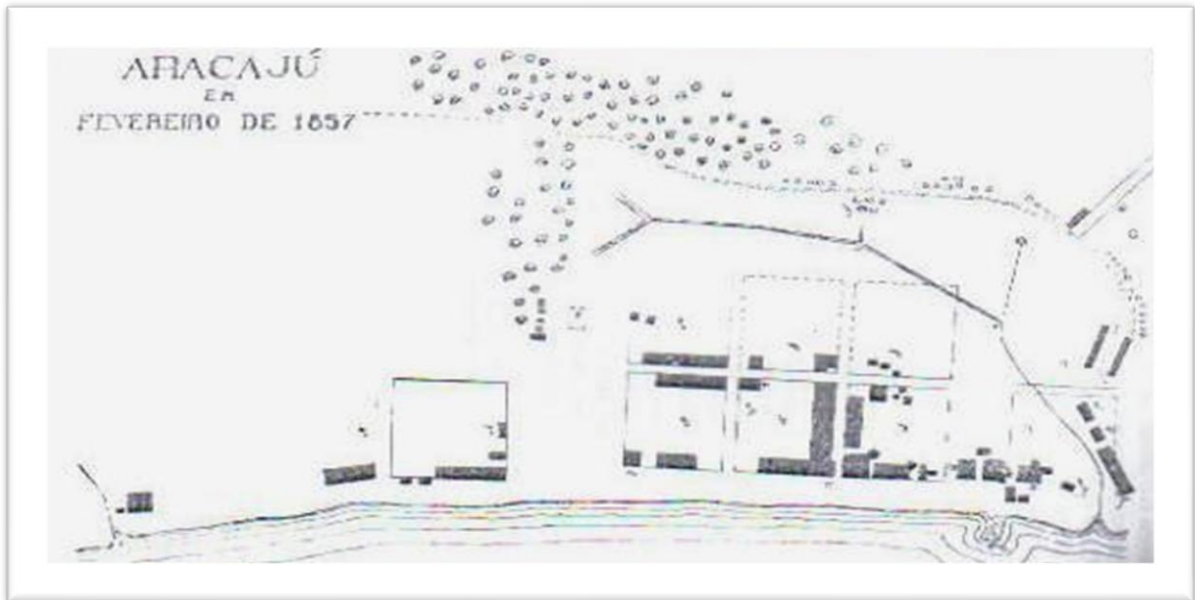
Em meio ao embate político envolvendo as duas capitais, a antiga e colonial São Cristóvão aos poucos foi perdendo seu protagonismo político, enquanto a nova capital, Aracaju, surge moderna para realçar a centralidade urbana marcando um novo momento da história de Sergipe (VILAR, 2006; SILVA, 2014; RAFAEL, 2018).

Dessa forma, a nova capital se edificou junto à paisagem natural já existente, no povoado Santo Antônio do Aracaju, em uma planície inundável formada por terraços, manguezal, lagoas e pântanos e sob a colocação de espessas camadas de aterro que se sobrepunham, modificando as simples habitações de taipa construídas no local por operários ou escravos libertos (SILVA 2014; LOUREIRO 1983, VILAR, 2002; ARAÚJO, 2006).

Os fatores geográficos e sociais, na fase de implantação de Aracaju foram relegados no desenho original do plano urbanístico. Sob encomenda do presidente da província, o engenheiro Sebastião José Basílio Pirro traça um plano de alinhamento moderno baseado em uma retícula quadriculada, edificada a partir de um projeto que a estruturou no modelo de arruamento ortogonal, semelhante a um tabuleiro de xadrez. O referido traçado, conforme a figura 12, obedecia às seguintes medidas: 500 braças de lado (1188m), com quarteirões iguais de 55 braças

de lado (110m), cada, separado por uma via de 60 palmos de largura (13,20m) (NOGUEIRA 2006).

Figura 12 - Traçado urbano de Aracaju em 1857



Fonte: Aracaju em 1857. In: Porto, 1945.

De acordo com Cardoso (2012, p. 232), a visão dos idealizadores da nova capital se contrapõe ao estilo arquitetônico barroco colonial da antiga capital, onde a sua geometria racional se contrapõe à sinuosidade das ruas da antiga capital adotando um novo conceito de que “Aracaju seria um símbolo da ideia de progresso liberal”, uma capital que atendesse as demandas que traziam exigências de conforto e embelezamento urbano das habitações emergentes da aristocracia, junto ao pensamento positivista vigente com um formato progressista, tendência da época com características arquitetônicas modernista e ar futurista.

Assim, o desenho da nova capital, de acordo com Silva (2009, p. 88), “acontece conforme a vontade dos seus governantes, pois o plano de Pirro não previa nem mesmo a localização dos prédios públicos”, ficando de fato a livre escolha dos governantes onde se localizariam as sedes governamentais e residenciais (RIBEIRO, 1988).

De acordo com Silva (2009), o fato do traçado ser proveniente de um pragmatismo e expressar uma situação consumada questiona-se a noção baseada no discurso de que Aracaju seja uma cidade planejada. Amplamente corroborada pelas ideias de Vilar (2006), o famoso Quadrado de Pirro não pode ser sinônimo de planejamento urbano, devido o projeto haver ignorado os impactos urbanos futuros, como o crescimento desordenado, dentre outros,

advindos da formação dos centros urbanos, pois o objetivo era construir o mais rápido possível uma cidade e consolidá-la como capital provincial.

Ainda para Vilar (2006, p. 49), constata-se que Aracaju é

fruto de um projeto político e, portanto, coube a administração criar as condições para o desenvolvimento urbano. Ao regular os tipos de construções e obrigar alinhamentos, as intervenções públicas limitavam socialmente a ocupação das cidades,

Acredita-se que a razão seria mais que suficiente para fazer o espaço da cidade. Assim, Aracaju já nasce moderna trazendo um traçado urbanístico arrojado sob modelação política, ocupando uma localização privilegiada em relação as demais localidades sergipanas.

Contudo, foram muitas as dificuldades enfrentadas para a construção de Aracaju. No início do século XIX, já existiam grandes preocupações com as epidemias que assolavam a Europa desde o século XVIII, atribuídas ao meio ambiente, dentre esses locais estavam os pântanos, devido aos miasmas produzidos por meio dos vapores eliminados pela decomposição de matéria orgânica nesses locais (ABREU in SILVA, 1997). No mês seguinte a fundação da capital aracajuana, junto a epidemia do cólera que assolava a Província de Sergipe¹², ocorre o falecimento do Presidente Inácio Joaquim Barbosa. Contudo, segundo Almeida (2000), não se sabe ao certo a causa do falecimento do governador, já que a época era propícia às febres tifoides e ao impaludismo. O referido autor acrescenta que medidas foram tomadas pelo governo na época no sentido de aterrar pântanos e charcos para conter futuras epidemias.

Pode se dizer, de acordo com Nogueira (2006), que a cidade se reestabelece a partir da primeira metade do século XX, quando aparecem os primeiros serviços públicos como a água encanada, em 1908, calçamento das ruas, a chegada da luz elétrica em 1913 e da rede de esgotos, em 1914. Assim, aos poucos a organização urbana da nova capital vai se estruturando. Após a década de 1930, ainda conforme Nogueira (2006, p. 157), esse período é caracterizado pelo aparecimento da indústria em Aracaju, em especial de duas indústrias de tecidos e uma para beneficiamento da matéria prima do coco (leite de coco), erguidas na parte norte da capital (atual Bairro Industrial) “onde se localizava a parte mais pobre e a população operária”.

A década de 1930 trouxe transformações na arquitetura de Aracaju, pois a cidade se rende às novidades do mundo moderno intensificado pela industrialização. Nesta época, o Brasil se encontrava sob a égide do Estado Novo, no governo de Getúlio Vargas, período no

¹²Cardoso (2003), 23% da população foi dizimada pela epidemia, 1855 – 1856.

qual dominava o estilo chamado de Art Déco¹³, na qual as linhas retas passam a fazer parte das fachadas residenciais. Também se verifica a presença de uma outra vertente do ecletismo, o estilo neocolonial (SCHUSTER, 2005).

A paisagem constitui o patrimônio cultural material da capital sergipana em cuja morfologia está presente os diferentes estilos, técnicas e decoração, a começar pelos monumentos históricos que compõe o estilo arquitetônico com exemplares do Neoclássico, Neogótico, Arte Nouveau ou o estilo Eclético¹⁴.

Com formação progressista e influência europeia, a cidade de Aracaju está amalgamada no entremeado das ruas e praças que integram um cenário particular de traços ecléticos representados por estilos herdados do movimento modernista da década de 1930, inspirados em Paris, uma cidade símbolo da modernidade, do capitalismo, da especulação financeira e exportadora de tendências copiadas pelo mundo (COUTO, 2008).

Vale registrar a presença de azulejaria em painéis modernistas em pontos no centro e a pintura ilusionista na catedral realizadas por italianos, dentre outros importantes símbolos e signos que representam o patrimônio do centro histórico da capital. De acordo com Passos; Nascimento (2012), os cenários paisagísticos e a arquitetura criam espaços que possibilitam a construção de uma memória afetiva, que fazem ressaltar aos olhos os detalhes em uma releitura do passado.

Segundo o IPHAN¹⁵ encontra-se em fase de tombamento os bens do conjunto urbano de Aracaju, devido a cidade possuir significativos prédios históricos em estilos gótico, neoclássico e eclético com exemplares de arquitetura Art Déco, que podem ser vislumbrados em um breve passeio pela cidade.

De acordo com Santos; Pinheiro (2012), o centro histórico de Aracaju constitui-se no espaço de maior identidade política dos cidadãos sergipanos e passa a adquirir relevância como marco simbólico aracajuano sob a Lei Complementar nº 042, de dezembro de 2000, a qual institui o Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano de Aracaju, na busca pela melhoria da cidade com projetos ligados ao turismo, lazer e diversão (ARACAJU, 2000).

Para efeito dessa pesquisa, o Artigo 21 da lei nº 042/2000 delimita o centro histórico como território específico descrito entre as Avenidas Rio Branco e Ivo do Prado, as ruas Boquim, Itabaiana, Maruim, Santa Luzia, Santo Amaro, Apulcro Mota e Santa Rosa, travessa

¹³ Art Déco: que consistiam em Formas geométricas e linhas retas verticais ou horizontais (SEGAWA, 1998).

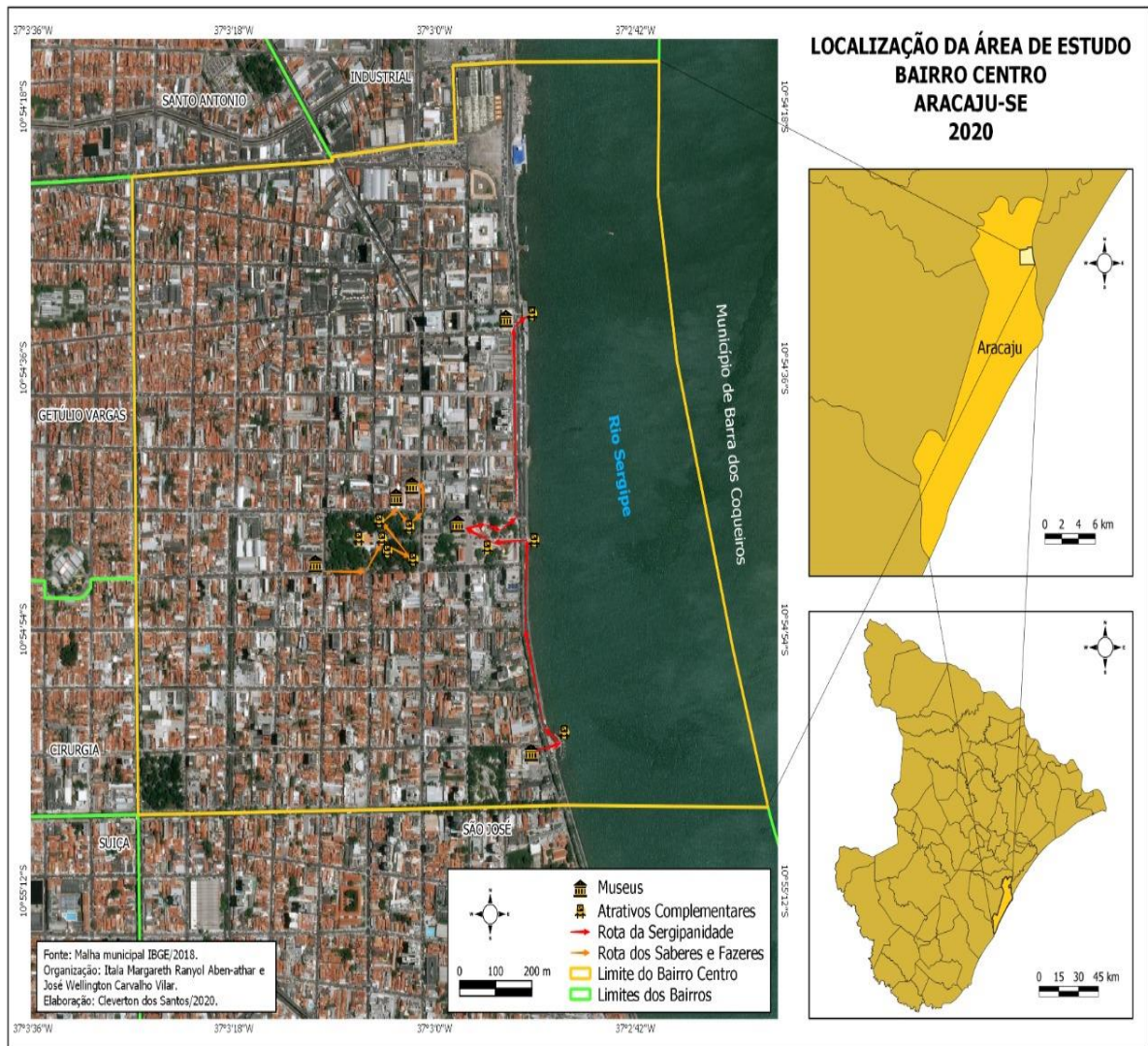
¹⁴ O estilo eclético: um estilo puro ou numa mescla eclética de estilos (KOCH, 1996).

¹⁵ Portal do IPHAN - <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/247>. Acesso em 16. fev. 2020.

João Quintiliano Fonseca incluindo todas as edificações a sua volta (SANTOS; PINHEIRO 2012).

No entanto, Santos; Pinheiro (2012, p. 57) afirmam que a “a história antiga da cidade não se limita a este campo descrito na Lei nº42/2000, uma vez que a cidade dispõe de vários tecidos que tiveram e têm relevância na história da sociedade aracajuana”. A área descrita acima também é o objeto desse estudo representada pelo mapa da figura 13.

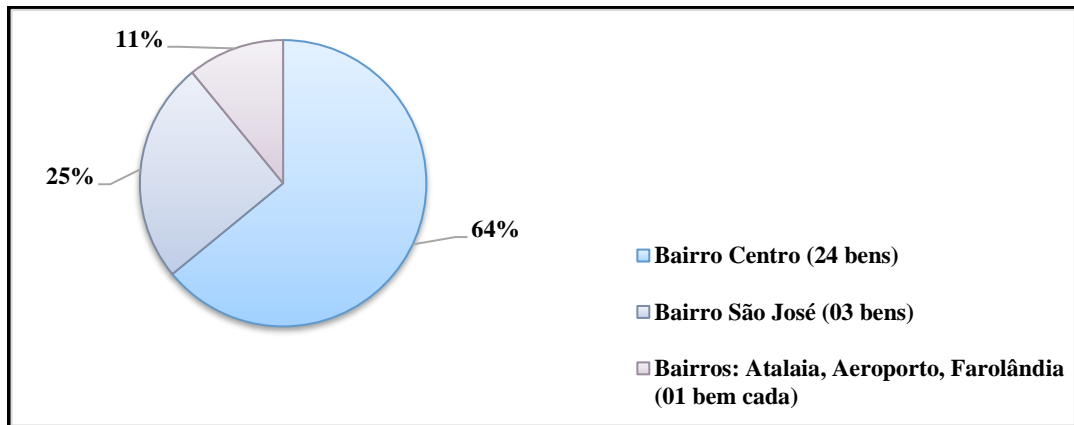
Figura 13 - Delimitação territorial do centro de Aracaju



Fonte: Malha Municipal do IBGE, 2018
 Organização: Itala Margareth Ranyol Aben-athar e José Wellington Carvalho Vilar.
 Elaboração Cleverton dos Santos, 2020.

No livro *Aracaju e seus Monumentos*¹⁶ lançado pelo Governo do Estado em 2005, é possível identificar a área de maior concentração de bens tombados pelo Governo do Estado, exatamente no interior do chamado quadrado de Pirro, no qual, 27 dos 30 bens reconhecidos até 2005 estão expostos na área central da cidade (Figura 14).

Figura 14 - Bens culturais tombados por bairros em Aracaju até 2005.



Fonte: Elaboração própria, Jan/2020. Baseada no Catálogo *Aracaju e seus Monumentos*, 2005, p. 9.

Na cidade ainda é possível vislumbrar muitos edifícios com elementos decorativos que relembram a Belle Époque¹⁷ sergipana (década de 1920). São monumentos preservados e conservados servindo, por exemplo, para acomodação de órgãos públicos como museus, casa de cultura, atividades rentáveis, dentre outros, permitindo que a população utilize e conserve o patrimônio (SANTOS et al., 2018).

Muito embora a área acima demarcada concentre grande parte das lojas comerciais e possua equipamentos e serviços para atender às necessidades básicas de lazer dos indivíduos, seja os que ali ainda residem, os que o visitam ou os que nele trabalham, observa-se significativa perda da centralidade no que diz respeito às funções de moradia e lazer e a perda progressiva de concentração de instituições da administração pública. É importante ressaltar a proximidade entre os prédios e bens tombados nesse local.

A partir do ano 2000, de acordo com Passos e Nascimento (2012), Aracaju vive uma fase de valorização do seu patrimônio cultural fortalecido pelo processo de restauro que ocorreu na cidade no início dessa década. O quadro de tombamento de bens de Aracaju relaciona os

¹⁶ SERGIPE. *Aracaju e seus Monumentos: Sesquicentenário da Capital 1855-2005*. Aracaju, Secretaria de Estado da Cultura, Gráfica e Editora Triunfo Ltda., 2005, p. 07.

¹⁷ Belle Époque: corresponde ao movimento ocorrido na Europa entre 1871 a 1914. Trata-se de um período advindo da Segunda Revolução Industrial e refere-se à prosperidade alcançada pelas metrópoles através da dominação imperialista com a estabilidade interna, decorrente da ascensão da burguesia ao poder político e do jugo férreo imposto ao operariado pelos Estados capitalistas (ROCHA, 2018).

museus escolhidos para fazer parte das rotas museológicas, sejam eles localizados em um prédio único ou contido em salas de monumentos tombados (Quadro 20).

Quadro 20 - Edificações tombadas do centro histórico de Aracaju

Patrimônio	Decreto
Prédio do Palácio Olímpio Campos, atualmente, Palácio Museu Olímpio Campos	Decreto nº 6.818, de 28 de janeiro de 1985 inscrição no livro de Tombo nº 01 – Geral fl.8
Prédio da Secretaria de Estado da Educação e Cultura, atual Museu da Gente Sergipana	Decreto nº 6.820, de 28 de janeiro de 1985 inscrição no livro de Tombo nº 01 – Geral – fl.9.
Prédio da antiga Alfândega de Aracaju, atual Centro Cultural de Aracaju	Decreto nº 21.765 de 09 de abril de 2003, inscrição no Livro de Tombo nº 01- Geral- fl. 32.
Prédio do Centro de Turismo e Comercialização Artesanal – Antiga Escola Normal de Aracaju - Instituto de Educação Rui Barbosa	Decreto nº 6.129, de 06 de janeiro de 1984. Inscrição no Livro de Tombo nº 01 – Geral – fl. 7 e 8. Em 21/02/1984.
Prédio do Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe/Museu Galdino Guttman Bicho	Decreto nº 24.383, de 09 de maio de 2007. Inscrição no Livro de Tombo nº 01 – Geral – fl. 43. Em 20.11.2007.
Prédio do Palácio Silvio Romero/ Museu do Poder judiciário de Aracaju	Decreto nº 6.822, de 28 de janeiro de 1985. Inscrição no Livro de Tombo nº 01 – Geral – fl. 9 e 10. Em 27.02.1985.

Fonte: Elaboração própria, jun/2019, com base no Plano Diretor, Prefeitura Municipal de Aracaju (2000).

O objetivo do tombamento no centro de Aracaju é preservar os bens históricos, culturais, arquitetônicos entre outros, através de legislação específica de competência do poder público, e assim valorizar o local impedindo ações de vandalismo e mantendo viva a história do local e de seu povo.

3.2 Centro histórico de Aracaju como catalizador do turismo

O conceito de desenvolvimento local está se tornando cada vez mais familiar a todos aqueles que se interessam pelas iniciativas implantadas para estimular as economias de coletividades locais. Assim, as dinâmicas trazidas pelas intervenções nos centros históricos das cidades com a finalidade de transformação para o uso do turismo, trazem impactos e conflitos sociais entre os usos já existentes e os novos usos abrindo discussões em esfera governamental sobre o uso de espaços urbanos nas áreas centrais, mais precisamente nos centros históricos, a

partir da sua valorização social, econômica e cultural. Na situação contemporânea no território do centro histórico de Aracaju, já se percebe o incremento do fluxo turístico como resultado de projetos de intervenções, transformando áreas de consumo simbólico e econômico para o setor de serviços, dentre estes, o mercado de lazer e o de eventos direcionados à atividade turística com o objetivo de valorizar o patrimônio cultural local. Iniciativas de ordenamento territorial turístico, aliados ao conjunto das empresas, serviços e elementos materiais e imateriais, fortalecem a competitividade do centro histórico de Aracaju na conquista do mercado do turismo cultural.

Os espaços culturais existentes dentro das cidades, a exemplo do centro histórico de Aracaju, podem ser locais de trabalho e diversão. Ademais, um dos princípios da economia criativa como estratégia de desenvolvimento é trabalhar com sonhos, imaginação e criação de forma que este trabalho possa gerar economia, emprego e renda requalificando espaços ociosos simbólicos, até mesmo, os antigos.

Segundo Costa (2006, p. 9):

A contribuição da Economia Criativa está em enfatizar que os bens produzidos com base na criatividade não devem ser analisados com base apenas no capital monetário. Devem ser pensados em termos de coesão social e confiança na sociedade, enquanto capital social, acumulado historicamente e fortalecido pela identidade cultural.

O Ministério da Cultura – MinC, através da Secretaria da Economia Criativa – SEC, tem como missão “conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros” (Brasil, 2012b, p. 39).

De acordo com o Plano Nacional de Turismo 2018 – 2022, uma de suas iniciativas principais tem como primeira estratégia a valorização do patrimônio cultural e natural, destacando não somente a qualidade da infraestrutura e equipamentos, mas a capacidade de inovação e criatividade nos destinos turísticos (BRASIL, 2018).

Assim, o centro histórico da capital sergipana é um dos espaços urbanos que pode ser considerado como lugar de referência, pois se trata do principal atrativo cultural da cidade, pela imponência e interesse histórico. Dentro da premissa de cidades criativas, com foco puramente no reaproveitamento dos espaços ociosos, o centro histórico de Aracaju se volta para o turismo cultural que torna válida a elaboração de produtos turísticos que tragam oportunidade de promover conjuntamente a sustentabilidade dos patrimônios existentes no local.

A riqueza de detalhes em sua arquitetura consolida os atrativos do centro histórico aracajuano como potencialidade tanto turística como de pertencimento da identidade cultural do povo sergipano. De acordo com Silva (2019), o eixo territorial turístico de Aracaju se identifica sobretudo com base em seus recursos naturais, nos quais estão os rios e o mar. Para o referido autor, as intervenções públicas realizadas em Aracaju fortalecem o uso turístico do território e beneficiam diversos investimentos privados alocadas dentro do eixo de atratividades que dá suporte ao turismo, como hotéis, pousadas, agências de viagens, bares e restaurantes, etc.

Aracaju dispõe dentre as demais cidades sergipanas do maior PIB do Estado, devido à grande concentração de serviços, indústria e comércio. De acordo com o IBGE (2019), a capital possui uma população estimada em 648.939 habitantes, de um total de 2.278.308 habitantes em todo o Estado, e ocupa uma área de 181km².

Em um território de grande concentração populacional o turismo se fortalece por meio dos serviços oferecidos nos espaços de lazer, como a Orla de Atalaia, no comércio e no centro histórico da capital e ainda conta com o Aeroporto de Aracaju Santa Maria, aumentando o fluxo de pessoas e mercadorias no Estado de Sergipe (SILVA, 2019).

No final da década de 1990, as políticas públicas formuladas pelo poder municipal e estadual executaram projetos de revitalização no centro histórico de Aracaju, com recursos do Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR/NE), embora seguindo a tendência do turismo de sol e praia difundido em todo o Nordeste brasileiro. Contudo, na capital, Aracaju, de acordo com Pinheiro (2013, p. 63), fora instituído o Programa de recuperação do patrimônio artístico, histórico e cultural o qual objetiva

a transformação dos espaços eleitos em produtos turísticos capazes de diversificar e ampliar a oferta turística a partir do segmento de turismo cultural. A inserção do turismo cultural seria uma forma de fuga de um turismo centrado no segmento de sol e praia (PINHEIRO 2013, p. 63).

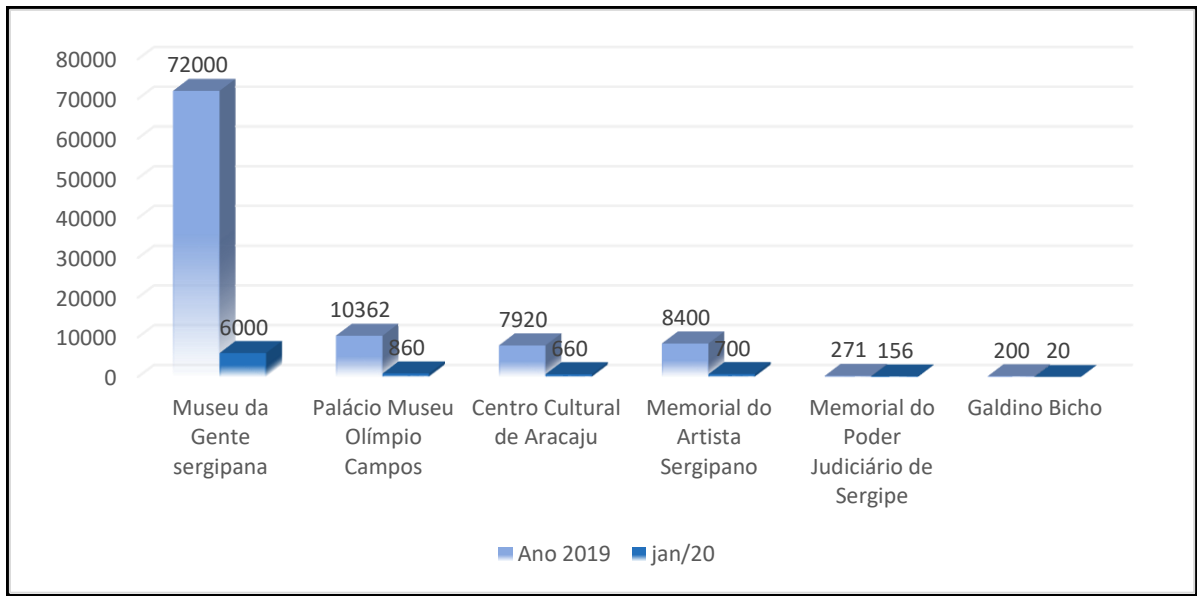
De acordo com Azevedo e Andrade (2014), o grande acervo material e imaterial e as atividades desenvolvidas no espaço público contribuem por meio da apropriação e consumo pelos moradores e turistas, para o processo de turistificação na tentativa de colaborar para o surgimento de novas funções no espaço. Aracaju não foge à regra quando se trata de visitação no centro histórico devido esta região ser dotada de prédios seculares em um local onde os visitantes podem desenvolver a prática do turismo e usufruir dos recursos socioespaciais do lugar. O patrimônio cultural e artístico sergipano transformado em bem de consumo turístico significou um primeiro passo para a formação de uma possível política cultural atrelada a um

planejamento turístico que poderia trazer benefícios socioeconômicos para as cidades (AZEVEDO e ANDRADE, 2014).

Segundo Silva (2019), foi a partir do final do século XX que o turismo na região Nordeste começa a ganhar força através dos projetos do PRODETUR/NE, o qual tem como premissa, a busca por alternativas que visam o desenvolvimento. Seguindo a tendência das políticas urbanas contemporâneas em dotar os centros históricos de elementos mais propícios para o consumo cultural e turístico, foi elaborado o projeto de revitalização da área central de Aracaju, o qual pretendia transformá-la em um espaço apto não só para a prática comercial como também para novas formas de ocupação territorial e prestação de serviços. Tais práticas trouxeram para o centro histórico maior visibilidade do patrimônio artístico, histórico e cultural (PINHEIRO 2013).

Atualmente, vale ressaltar que o aproveitamento turístico no centro histórico de Aracaju ainda é pouco explorado, conforme constatado em entrevistas realizadas com guias de turismo receptivo e agentes de viagens de Aracaju, uma vez que o City Tour se limita praticamente a três atrativos: os Mercados Centrais, a Colina de Santo Antônio e o Centro de Turismo. Colina

Quanto aos museus, a pesquisa identificou com base em respostas dos questionários aplicados aos gestores dos respectivos museus, que no geral, apesar de os museus serem dotados de importante poder de atratividade cultural, em função do propósito para o qual foram idealizados, nem todos recebem visita turística significativa. Ressalta-se que as informações obtidas na composição do gráfico foram fornecidas pela administração de cada unidade museal (Gráfico 1).

Gráfico 1 - Fluxo de visitantes aos museus do centro histórico de Aracaju – 2019-2020

Fonte: Elaboração própria, 2020.

De acordo com o gráfico 1, o Museu da Gente Sergipana se destaca entre os demais do centro histórico de Aracaju na atração de visitantes recebendo média anual de 75.000 pessoas, devido não somente à tecnologia e à inovação nele empregado, mas também pelo fato de possuir financiamento de banco estatal (BANESE), o que facilita o desenvolvimento de projetos, mantendo-se em funcionamento aos sábados, domingos e feriados, ou seja, mais dias aberto em comparação aos demais museus do centro histórico. Ademais, a infraestrutura de apoio local possui estacionamento próprio, inclusive para ônibus.

Como extensão do referido museu, encontra-se ao ar livre o Largo da Gente Sergipana, localizado na parte externa do museu sob um píer às margens do rio Sergipe, o que proporciona visitação independente de dias e horários.

O Palácio Museu Olímpio Campos, apesar de maior representatividade política, recebe em média o quantitativo de 10.362 visitantes. Enquanto que o Centro cultural de Aracaju encontra-se na casa dos 7.920 visitantes. Já o Memorial do Artista Sergipano, recebe em sua estrutura 8.400 pessoas anualmente.

O Memorial do Poder Judiciário de Sergipe reabriu oficialmente suas portas após reforma em outubro de 2019. Segundo a atual gestão, se está trabalhando no sentido de atrair visitantes. Por último, o Museu Galdino Bicho contabiliza em torno de 200 visitantes anualmente, o menor fluxo entre os museus visitados.

Ressalte-se, referente ao quantitativo de visitação, que as informações foram obtidas por meio de respostas dos referidos gestores nas entrevistas. Desta forma, se reforça a necessidade

de se trabalhar na difusão do segmento de turismo cultural na cidade, já que Aracaju possui diversos elementos de valor histórico cultural e atrativos suficientes para atrair maior número de visitantes. Além disso, segundo Santos (2012), a prática do turismo cultural não sofre tanto as oscilações oriundas da sazonalidade fazendo com que a atividade possa ser desenvolvida durante todo o ano, através de roteiros complementares.

3.3 Inventário dos museus do centro histórico de Aracaju

Em conformidade com o MTur (2008), o inventário cultural é a base de conhecimento sobre os atrativos e o fundamento para a estruturação dos produtos de Turismo Cultural que depende de um planejamento com base em informações sobre os atrativos, equipamentos e serviços, bem como a infraestrutura existente na localidade em que se pretende realizar o aproveitamento e uso turístico, levando em consideração os interesses do turista. O centro histórico de Aracaju dispõe de vários bens edificados que hoje estão abertos para o público com suas devidas funcionalidades.

No perímetro do centro histórico encontram-se alguns dos atrativos que fazem parte das rotas museológicas: o Museu da Gente Sergipana, administrado e mantido pelo Instituto BANESE- Banco do Estado de Sergipe, o Palácio Museu Olímpio Campos que é mantido pela Casa Civil, o Memorial do poder Judiciário, administrado pelo Tribunal de Justiça de Sergipe, o Memorial do Artista Sergipano e o Centro Cultural de Aracaju, administrados pela Prefeitura local e o Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe que tem sua administração privada, e se mantem a partir de sócios de diversas classes como: órgãos gestores de cultura nos municípios, fundações, secretarias executivas, setores subordinados a outras secretarias e setores subordinados ao Executivo, estudantes, advogados, médicos, professor, deputados, governo, prefeitura dentre outros. A página do Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe está aberta a qualquer pessoa que queira ser sócio contribuinte.

- **Museu da Gente Sergipana**

O prédio do Museu da Gente Sergipana foi inaugurado no ano de 1926 como Colégio Atheneu Dom Pedro II, permanecendo nesta função educacional até 1969, quando foi transferido para outro local. A partir de 1969, ainda serviu a diversas instituições e órgãos públicos, e somente em 1996 é desativado. Treze anos depois, em 2009, inicia-se o processo de restauração do prédio. Vale ressaltar que mesmo abandonado, teve as suas memórias e

elementos caracterizadores da sua arquitetura totalmente recuperados.

O Museu da Gente Sergipana foi aberto para o público em 2011, com uma perspectiva inovadora no campo da museologia sergipana. A proposta foi inspirada no museu da Língua Portuguesa, localizado na cidade de São Paulo, e no museu do Futebol, do Rio de Janeiro, e ambos inserem a tecnologia como forma de aproximar o público com o universo existente em suas exposições. É o primeiro museu multimídia do Norte e Nordeste voltado para exposição da cultura material e imaterial do Estado de Sergipe. Mantido pelo Banco do Estado de Sergipe (BANESE), em parceria com o Governo do Estado, trabalha de forma moderna em sua divulgação, chamando a atenção dos seus administradores para investirem cada vez mais em suas exposições.

O espaço museológico é considerado como marco histórico em seu segmento no estado que, segundo o atual gestor, lhe rendeu dentre vários prêmios, como por exemplo a condecoração prêmio Rodrigo de Melo Franco Andrade na categoria Responsabilidade Social, recebida em 2014, como um dos 10 melhores museus do Brasil.

Para o gestor entrevistado, o sucesso de público se deve à forma de apresentação dos seus espaços que aliam cultura, interatividade, diversão, tecnologia e exposições temporárias com eventos marcantes da cultura local, inseridos em diversos espaços expográficos, como "Nossos Cabras", "Nossos Pratos", "Nossas Praças", "Nossas Festas", "Nossos Leitões" com apresentações lúdicas, que destacam as riquezas do patrimônio cultural. Nas dependências do museu é possível ainda, desfrutar do espaço social Café da Gente e conhecer um pouco do artesanato sergipano na Loja da Gente.

Vale ressaltar que esse museu faz parte do roteiro pedagógico de diversas escolas tanto de Sergipe, como aquelas vindas de outros estados da federação. O museu está aberto gratuitamente ao público de terça a sexta-feira, das 10h00 às 16h00, sábados, domingos e feriados, de 10h00 às 15h00 (Foto 1).

Foto 1 - Museu da Gente Sergipana



Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

- **Palácio Museu Olímpio Campos**

A construção do Palácio Olímpio Campos foi iniciada em 1859, com uma arquitetura suntuosa, registro da época de quando reinava a monarquia nas terras de Sergipe D'el Rey. Em 1860, ainda em obras, recebeu a visita do imperador Dom Pedro II, sendo inaugurado em 1863. Com estilo eclético, de influência neoclássica, o palácio passou por uma grande reforma no início do século XX, que alterou significativamente a fachada seu interior e em sua decoração, ganha destaque o conjunto de pinturas, esculturas e elementos decorativos de artistas italianos (Orestes Celli, Bruno Celli, Belando Bellandi, Orestes Gatti, entre outros). O Palácio Museu Olímpio Campos está instalado em um prédio do século XIX, construído para ser a residência oficial dos governadores de Sergipe, servindo como sede ao governo sergipano até 1995. No ano de 2010, foi aberto à visitação pública na condição de museu. O Palácio Museu Olímpio Campos é composto por um acervo que se volta à história política e cultural da República de Sergipe, e apresenta suas visitas de forma tradicional, na qual o contato do visitante com a história pode ocorrer por meio de exposições convencionais, utilizando-se do imaginário através do olhar sobre a pintura, mobiliário e a arte exposta nos painéis internos que retratam, dentre outros, a pujança econômica do estado, além de promover eventos, exposições fotográficas, mostras para a comunidade, dentre outras atividades culturais. Apesar de ser um museu tradicional na forma de exposição, pode ser visitado pelo site (<http://www.palacioolimpiocampos.se.gov.br/site/tour360.html>), onde é possível visualizar

algumas das salas existentes. As visitas ao Palácio Museu Olímpio Campos são gratuitas, e está aberto da terça à sexta-feira, das 10h00 às 17h00, e aos sábados, das 08h00 às 13h00. Segundo o atual gestor, “existe muito a ser feito” em termos de projetos para melhorias das atividades do Palácio Museu, inclusive, no que diz respeito ao aumento do fluxo de visitação. O gestor defende que a inserção de tecnologias possa aumentar o quantitativo de visitas e aproximar ainda mais o público. Mas para que isso se realize os projetos necessitam ser aprovados pela Casa Civil, seu mantenedor (Foto 2).

Foto 2 - Palácio Museu Olímpio Campos



Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

- **Centro Cultural de Aracaju e o Museu de Aracaju Prefeito Viana de Assis**

O Centro Cultural de Aracaju, instalado no antigo prédio da Alfândega, é uma construção do século XIX. Trata-se de um local destinado a preservar a cultura do povo aracajuano. Sua estrutura é mantida pela Prefeitura Municipal da capital sendo composta por ambientes destinados à divulgação cultural através das artes, da música e da dança. O prédio abriga a sala do Museu de Aracaju Prefeito Viana de Assis, onde é possível conhecer as figuras ilustres do poder executivo municipal, além do teatro João Costa, sala de exibição Orlando Vieira, a Biblioteca Mário Cabral e a Sala da Cultura Popular.

Importante registrar que alguns projetos emergem do Centro Cultural dando vida ao centro de Aracaju no período noturno, a partir de iniciativas culturais da FUNCAJU¹⁸. Tais

¹⁸ Funcaju. <https://www.govserv.org/BR/Aracaju/599161456770469/Funcaju-Aracaju>).

iniciativas no centro histórico reforçam a necessidade de desenvolvimento, notoriedade e divulgação da cultura material e imaterial de Sergipe. São apresentados projetos gratuitos oferecidos à comunidade e visitantes em horários acessíveis das 17h às 21h, e realizados com programações diversas na Praça General Valadão e nas instalações do antigo prédio da Alfândega, às quartas-feiras, o Ocupe a Praça, e às quintas-feiras, o Quinta instrumental (SILVA, 2019).

A ludicidade também faz parte do acervo e está representada na sala dos brinquedos que trazem nostalgia aos visitantes. O Centro Cultural está aberto à visita gratuita de terça a domingo das 08h00 às 17h00 (Foto 3).

Foto 3 - Prédio da Alfândega - Centro Cultural de Aracaju



Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

- **Palácio Silvio Romero/ Memorial do Poder Judiciário de Sergipe**

O Tribunal de Relação do Estado de Sergipe foi criado em 1892, sob uma construção em estilo arquitetônico da linha neoclássica. De acordo com Cruz (2008), a construção da sede foi considerada destaque em termos de edificações, sendo sua arquitetura considerada como estilo eclético tardio, com semelhanças ao palácio Imperial em Petrópolis, dos anos 1840, com grades de ferro das janelas, importadas da Inglaterra, de desenho Art-Nouveau, estilo recente e muito apreciado.

Em 2004, foi realizada uma reforma no edifício para sediar o Palácio Sílvio Romero e nele instalado o Memorial do Poder Judiciário. As atribuições da instituição envolvem atividades de pesquisa, organização do acervo documental do Poder Judiciário e realização de

cursos, seminários, conferências e exposições. O Palácio Silvio Romero dispõe de cinco salas que homenageiam magistrados que compuseram o quadro de Desembargadores desde quando foi criado o Tribunal de Relação de Sergipe¹⁹, sendo duas delas no pavimento térreo e outras duas no pavimento superior, e um vão único no subsolo, no qual, segundo a gestora, ao ser rebaixado em 2004, foram encontrados antigos trilhos. Recentemente reformado, foram realizados serviços de modernização de acesso para deficientes, promovendo mais acessibilidade, além de legendas em braile.

Dentre os órgãos que funcionaram no edifício, o autor Luiz Antônio Barreto menciona que em 1912 serviu como sede de fundação do Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe (IHGSE) e até 1930, como sede do Poder Judiciário²⁰.

Aberto à visitação pública com exposições temporárias, nas quais o visitante encontra a Sala de Julgamento, com objetos utilizado no Tribunal do Júri, a exemplo de urna, sineta e togas, além de informações e documentos referentes à independência de Sergipe, memórias da escravatura e objetos antigos, dentre outros. A visita ao Memorial é gratuita e está aberto ao público durante a semana, de segunda a sexta-feira, das 7h30min às 14h00 (Foto 4).

Foto 4 - Palácio Silvio Romero - Memorial do Poder Judiciário de Sergipe



Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

¹⁹Informação retirada do texto de apresentação da instituição disponível em: <http://www.tjse.jus.br/memorial/index.php/institucional/historico-do-predio> acessado em 25.mar. 2020.

²⁰Informação retirada do texto de apresentação da instituição. Disponível em: <http://www.tjse.jus.br/memorial/index.php/institucional/historico-do-predio> acessado em 25. mar. 2020

- **Centro de Turismo e o Memorial do Artista Sergipano**

O prédio em estilo neoclássico foi inaugurado em 1911, para instalar a antiga Escola Normal de Sergipe. Criada em 1874, após a transferência da sede da escola em 1950, o prédio sediou diversas instituições, sendo reformado e restaurado, transformou-se no Centro de Turismo e Comercialização Artesanal desde 1978.

Em seu interior é possível encontrar mais de 30 boxes para venda de artesanato além de bares, restaurantes, lojas comerciais e caixas eletrônicos. O local também é sede do Memorial do Artista Sergipano, criado em fevereiro de 2018 em substituição, ao Museu do Artesanato que existia no mesmo local num espaço que inspirava cuidados para abrigar e contar a história por meio das peças de artistas sergipanos. A renda sergipana chama atenção e no memorial pode-se conhecer toda a história de uma das joias da casa, a Renda Irlandesa, renda sergipana reconhecida como Patrimônio Cultural do Brasil desde 2009.

Encontra-se aberto ao público gratuitamente de segunda a sexta-feira, das 08h00 às 18h, sábado, domingo e feriado das 09 às 13h30min (Foto 5).

Foto 5 – Centro de Turismo e Comercialização Artesanal



Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

- **Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe e o Museu Galdino Bicho**

O Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe (IHGSE) é uma Instituição criada em 1912 por intelectuais sergipanos e conhecida por muitos como “Casa de Sergipe”. A Instituição foi criada por uma sociedade lítero–científica, cujo regimento indica o objetivo da sua criação:

“guardar objetos sobre os feitos da história de Sergipe²¹”. Tem como objetivo, o estudo e o desenvolvimento cultural, sendo muito procurado para pesquisas, pois a local disponibiliza ao público biblioteca e pinacoteca

O Museu Galdino Guttman Bicho é parte integrante do IHGSE e recebe este nome em homenagem ao carioca Galdino Guttman Bicho, artista brasileiro (pintor, ceramista, artista gráfico e arquiteto). Antes da sua morte, o artista doou ao Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe um valioso acervo iconográfico composto por nomes como Rodolfo Chambelland, Victor Meirelles, Rodolfo e Henrique Bernadelli, Helena Sardeau, entre outros²².

No seu interior é possível se deparar com um acervo diversificado englobando as seguintes coleções: paleontologia, artefatos líticos e etnográficos, iconografia, cartografia, armaria, objetos navais, moedas, medalhas, mobiliário, material têxtil, cerâmica, porcelana, maquinaria e tecnologia, instrumentos musicais e artes plásticas. O museu funciona de segunda a sexta-feira, das 8h às 12h e das 14h às 18h e aos sábados das 9h às 12h, com entrada franca (Foto 6).

Foto 6 – Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe



Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

O levantamento da oferta turística dos museus e memoriais do centro histórico de Aracaju referente as expectativas do inventário serviu para compor as rotas museológicas no sentido de que estas possam contribuir para o desenvolvimento do turismo no local.

²¹Informação retirada do site do Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe. Disponível em: <http://ihgse.org.br/wordpress/museu/>. Acesso em: 27. Mar. 2020.

²² Informação retirada do texto de apresentação do site Museus em Sergipe, disponível em: <http://itabi.infonet.com.br/museusemsergipe/modules/sections/index.php?op=viewarticle&artid=13> acessado em 25. mar. 2020.

CAPÍTULO 4

PROPOSTA DE ROTAS MUSEOLÓGICAS NO CENTRO HISTÓRICO DE ARACAJU

Este capítulo apresenta as rotas museológicas no Centro Histórico de Aracaju, o cerne deste trabalho, e discute a visão dos sujeitos e agentes da pesquisa sobre a proposta e expõe o produto tecnológico. A proposta das rotas pode diversificar os produtos turísticos existentes, atrair, dinamizar a economia e fortalecer a identidade cultural da comunidade.

4.1 As rotas e os atrativos complementares

O presente trabalho analisa a viabilidade da implantação de rotas turísticas no centro de Aracaju, abrangendo museus, igreja e espaços que há muitos anos fazem parte do dia a dia dos Aracajuanos e que ainda hoje permanecem na vivência da comunidade. Apesar da proximidade entre os atrativos, a opção por elaborar duas rotas é pelo fato de o visitante ter mais tempo para conhecer o potencial turístico existente no centro histórico. Assim, apresenta-se no segmento deste capítulo, a Rota da Sergipanidade e a Rota Saberes e Fazeres.

Neste momento, faz-se oportuno informar que para a escolha dos nomes das referidas rotas museológicas, utilizou-se do sentimento de colaboração no sentido de fortalecer tanto da cultura quanto o sentimento de pertença do povo sergipano.

Para a Rota da Sergipanidade, tem-se por base o que afirmam Bezerra et al. (2016, n.p):

ser sergipano implica em três sentidos: geográfico, legal e demográfico; é ter nascido no espaço territorial desse estado. Já a sergipanidade é possuir sentimento de orgulho de ser sergipano nato ou adotivo.

Segundo Bezerra et al. (2016, n. p), por iniciativa do jornalista e escritor sergipano Luiz Antônio Barreto e outros intelectuais, já existe o Dia da Sergipanidade que é comemorado em 24 de outubro, mesma data em que se comemora a emancipação política de Sergipe. Assim, para que seja disseminado amplamente o sentimento de sergipanidade, é de fundamental importância que iniciativas sejam criadas, a exemplo de uma política educacional que valorize os conteúdos específicos sobre Sergipe nas áreas de história, geografia, cultura e artes, como determina a Constituição do Estado²³ (Art. 215). Neste sentido, a iniciativa de criar um produto como a Rota da Sergipanidade, contribui para uma causa de grande valor cultural, a

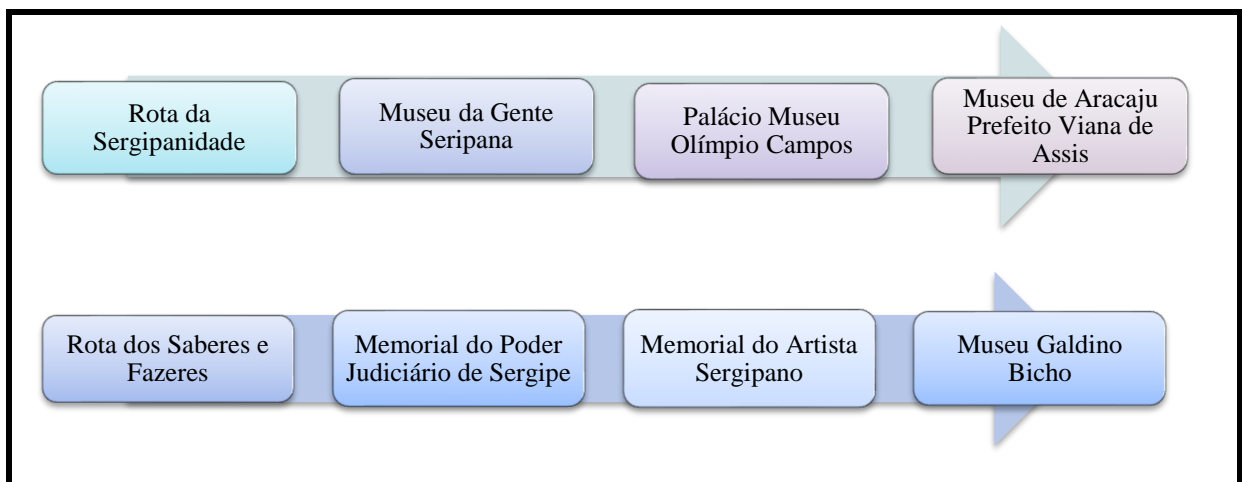
²³CONSTITUIÇÃO DO ESTADO DE SERGIPE. Disponível em: https://al.se.leg.br/wp-content/uploads/2016/03/constituicao_do_estado_de_sergipe_2007.pdf. Acesso em: 28. abr. 2020.

sergipanidade. Com relação a Rota Saberes e Fazeres, os bens edificados expressam conhecimento que não se encontram nos monumentos, nas bibliotecas, mas sim no saber. Tais conhecimentos fazem parte do patrimônio das sociedades, que por meio de formas de expressão, crenças e celebrações e práticas formam a identidade cultural que será transmitida por meio das gerações visto que, ao longo de milhares de anos da presença humana, os grupos desenvolveram seus saberes das mais variadas formas sejam pelas ferramentas de trabalho, formas de exprimir emoções, religiosidades, danças, culinária, artesanato etc. Desta forma, é importante considerar a ação das pessoas em preservar o saber coletivo, na guarda das tradições para a transmissão do legado cultural ao longo dos tempos (SILVESTREIN; DIANOVSKY, 2017).

Como explanado anteriormente, a base para elaboração das rotas foi o patrimônio cultural material e imaterial com o objetivo de potencializar o seu aproveitamento tentando incrementar o fluxo turístico e, principalmente, criando nova alternativa de turismo em Aracaju, baseada no segmento cultural.

Na figura 15, apresenta-se a configuração das duas rotas propostas e os percursos determinados para as mesmas com seus distintos percursos.

Figura 15 - Percurso das rotas museológicas no centro histórico de Aracaju



Fonte: Elaboração Própria, 2019.

O percurso proposto para as rotas museológicas envolve vários atrativos culturais materiais e imateriais, expostos nos monumentos, artesanato de rua, museu a céu aberto, arte em painel público pintado em azulejaria, dentre outros. Vale ressaltar que muitos desses atrativos são patrimônios tombados por decreto pelo Governo de Sergipe.

Dentre as várias edificações que compreendem patrimônio cultural material e imaterial

da cidade de Aracaju, seis desses monumentos foram previamente selecionados como âncoras, ou seja, os museus e memoriais, contudo o traçado das rotas museológicas compreendem atrativos de igual valor, denominados nesta pesquisa de atrativos complementares.

Tais atrativos enriquecem os percursos escolhidos para o produto, como a paisagem natural, a exemplo do rio sergipe, e os bens tombados, a exemplo da Ponte do Imperador D. Pedro II , os painéis de rua em azulejaria do artista Jener Augusto e as praças Fausto Cardoso, Praça Almirante Barroso, Parque Teófilo Dantas, Praça Olímpio Campos, a Galeria Álvaro Santos, o Bistrô Cacique Chá, o Memorial Zé Peixe e a feirinha de artesanato.

As imagens a seguir na figura 16 mostram o itinerário com a proposta do roteiro, no qual é possível observar a descrição e o percurso da rota da Sergipanidade, propondo como ponto de partida o Museu da Gente Sergipana e seu término no Centro Cultural de Aracaju.

Figura 16 - Percurso da Rota da Sergipanidade



Fonte: Elaboração Própria, 2020.

A figura 17 revela, a partir da digitalização do mapa de localização dos museus na rota e com o recurso da utilização de imagens de satélites, a posição de cada museu na rota museológica no centro histórico de Aracaju. Buscou-se evidenciar o percurso da Rota da Sergipanidade, em sua área e perímetro, destacando os pontos principais do percurso.

Figura 17 - Rota da Sergipanidade



Fonte: Malha municipal IBGE/2018.
 Organização: Itala Margareth Ranyol Aben-athar e José Wellington Carvalho Vilar.
 Elaboração: Cleverton dos Santos/2020.

Fonte: Malha Municipal do IBGE, 2018.
Organização: Itala Margareth Ranyol Aben-Athar e José Wellington Carvalho Vilar.
Elaboração: Cleverton dos Santos, 2020.

Assim, a Rota da Sergipanidade inicia-se no Museu da Gente Sergipana onde o visitante tem a oportunidade de interagir com a cultura sergipana por meio da tecnologia, em um ambiente bastante agradável composto por infraestrutura básica de apoio e comodidade, devendo permanecer em média de 45 minutos, com visita guiada ou espontânea (sem o monitor). Na saída do museu, recomenda-se uma parada de cerca de 10 minutos, para fotografar e desfrutar do Largo da Gente Sergipana, inaugurado em comemoração aos 163 anos de Aracaju, na perspectiva de valorizar a cultura popular sergipana por meio das esculturas que representam a identidade local, expostas sob as águas do rio Sergipe (Foto 7).

Foto 7 - Museu da Gente Sergipana (Parte interna) e Largo da Gente Sergipana



Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

Na saída do Largo da Gente Sergipana, orienta-se uma caminhada de aproximadamente 10 minutos até a segunda parada do roteiro para o visitante conhecer a Ponte do Imperador D. Pedro II (Foto 8), uma espécie de museu a céu aberto. A ponte foi construída para receber o imperador e sua comitiva em meados do século XIX. Trata-se na verdade de um marco na história sergipana de grande valor simbólico que vai além das questões de preservação e restauro, sendo hoje um belo mirante à margem direita do Sergipe (Foto 8).

Foto 8 - Ponte do Imperador D. Pedro II

Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

Fonte: Acervo de Silvio Oliveira, 2019.

Saindo da Ponte do Imperador, pode-se atravessar a avenida rio Branco, em direção à Praça Fausto Cardoso (Foto 9). Abre-se aqui um parêntese para relatar os acontecimentos políticos que fazem parte da história do povo de Sergipe, o lugar ficou conhecido como "A Tragédia de Sergipe".

Foto 9 - Praça Fausto Cardoso

Fonte: Acervo de Silvio Oliveira, 2019

Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

Em 1906, Fausto Cardoso, advogado, poeta e político republicano, se apresentou ao eleitorado sergipano pleiteando uma vaga na Câmara dos Deputados. Revolucionário, atrita-se com o então chamado Olimpismo, grupo político do Monsenhor Olímpio Campos, que completava sete anos de poder. Mais do que discordar da política de Olímpio Campos, Fausto Cardoso tinha divergência ideológica, científica e filosófica com o então político, quando funda o Partido Progressista e o lidera em julho de 1906 (BRITO et al, 2019).

Tropas legalistas, mandadas a Sergipe pelo Governo Federal, venceram as resistências e terminaram por matar, com tiros de fuzil e de espingarda, Fausto Cardoso que veio a falecer no dia 28 de agosto de 1906. A Praça, ponto de convergência dos movimentos sociais sergipanos, passou a ter o nome de Fausto Cardoso e no dia 8 de setembro de 1912 foi erguido o Monumento em homenagem a Fausto Cardoso, bem no centro da Praça (BRITO et al. 2019).

Esta caminhada é favorecida pelo desfrute da natureza existente no contexto bucólico urbano. Esta contemplação tem em média 10 minutos entre fotos e caminhada até o próximo ponto de visita.

Em plena Praça Fausto Cardoso, é possível ter acesso ao Palácio Provincial, que foi criado para funcionar como sede do Governo do estado e residência de governadores. Um dos mais importantes patrimônios do estado, idealizado na época do Império em 1856 foi construído em estilo eclético, de influência neoclássica. O prédio do século XIX destaca em seu interior o conjunto de pinturas, esculturas e elementos decorativos de artistas italianos (Orestes Cerelli, Bruno Cerelli, Belando Bellandi, Orestes Gatti, entre outros).

Em 1954, passou a ser denominado Palácio Olímpio Campos (Foto 10), em homenagem ao sacerdote e professor Monsenhor Olímpio Campos. Em 1995, deixa de ser sede ao governo sergipano. Passou por grande reforma, porém, preservando sua originalidade, é aberto ao público em 2010, na condição de Palácio Museu Olímpio Campos. A visita nas dependências dura uma média de 45 minutos sob monitoramento do guia do museu.

Foto 10 - Palácio Museu Olímpio Campos (Parte interna)



Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

Na saída do museu, é hora de vislumbrar ao lado direito da praça, no calçadão da rua João Pessoa, o primeiro painel público de Sergipe pintado pelo artista plástico sergipano Jenner Augusto, em 1957. Com traços cubistas, a pintura traz a tridimensionalidade como elemento visual. O grande motivo inspirador dos murais de Jenner Augusto era o povo sergipano, especialmente em seu aspecto folclórico onde o estilo humanista é composto de intensa densidade lírica²⁴. O painel foi confeccionado em azulejaria (Foto 11).

Foto 11 - Painel de rua do artista Jenner Augusto



Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

A próxima parada encerra a rota da sergipanidade a qual depende de um percurso a pé em média de 15 minutos, seguindo o rio Sergipe à sua margem direita para ir de encontro ao Centro de Cultural de Aracaju, localizado na Praça General Valadão. Neste local, o visitante cultural pode encontrar, nas salas do prédio da antiga Alfândega, o Museu de Aracaju Prefeito Viana de Assis que se destaca pela sala documental com recursos áudio visuais e exposições temporárias.

A sala da cultura popular Mestre Euclides, foto 12, guarda uma exposição permanente que encanta o visitante. É um convite a viajar pela infância no modo das brincadeiras de crianças do povo nordestino. A sala apresenta mostra de teatro de bonecos com danças e folguedos do grupo do Mamulengo do Cheiroso, bonecos representando as cantigas de roda, brinquedos conhecidos como petecas, dentre muitas outras representações populares. A visita é acompanhada e sugere-se uma média de 45 minutos para conhecer a sala do museu e as

²⁴ Aluysio Sampaio, Sergipe-Jornal 1949, In. Cacique Chá-Jenner Augusto, marcos do modernismo, 2015.

instalações do centro cultural que possui sala de teatro, cinema, biblioteca dentre outros atrativos.

Foto 12 - Museu de Aracaju Prefeito Viana de Assis (Parte interna)



Fonte: Acervo Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

Contudo, a rota oferece ainda como atrativo conhecer o Espaço Zé Peixe. A partir do Centro Cultural de Aracaju, é possível atravessar a Avenida Rio Branco e conhecer a exposição permanente do referido espaço onde o acervo expõe embarcações que há mais de cinquenta anos fazem a travessia de Aracaju para o município de Barra dos Coqueiros/SE na margem oposta. São as embarcações conhecidas como Tototó (Foto 13).

Foto 13 - Espaço Zé Peixe - Museu das Tototós



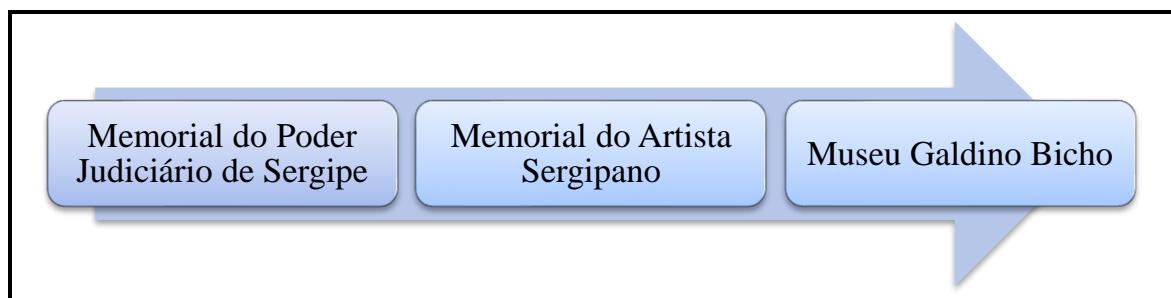
Fonte: Acervo Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

É digno de registro que antes da construção da Ponte Construtor João Talves, interligando os municípios de Aracaju e Barra dos Coqueiros, a travessia era feita por pequenas embarcações de madeira, movidas a motor, chamadas carinhosamente de “Tototó”. A curiosidade para o nome das embarcações se deve ao barulho do motor (tótótótó...). Atualmente, restam poucos desses barcos, contudo ainda são utilizadas, sejam para travessias para a Barra dos Coqueiros ou para um belo passeio nas águas do Rio Sergipe. As embarcações saem diariamente do atracadouro, localizado em frente aos Mercados Municipais de Aracaju.

Ao lado do atracadouro, no Espaço Zé Peixe, encontra-se o museu das Tototós. Neste local, as peças estão expostas em miniaturas, bem como outros tipos de embarcações podem ser observados na sala do museu. O Espaço Zé Peixe é também um convite para o visitante desfrutar da gastronomia local no restaurante Tototó, tendo como pano de fundo o rio Sergipe e a beleza das Tototós enfeitando suas águas. O restaurante funciona das 11h às 15h. Nesse momento, sem tempo determinado, a ordem é aproveitar.

A Rota dos Saberes e Fazeres está apresentada pela figura 18, a qual mostra o itinerário com a proposta do roteiro, no qual se observa a descrição e o percurso da rota tendo como ponto de partida o Memorial do Poder Judiciário e o seu término no Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe, desfrutando dos atrativos no seu percurso.

Figura 18 - Percurso da Rota dos Saberes e Fazeres



Fonte: Elaboração Própria, 2020.

A figura 19 revela o mapa de localização dos museus na rota dos Saberes e Fazeres, feito a partir da digitalização com o recurso de imagens de satélites. Tem-se em destaque o traçado da rota evidenciado os museus e atrativos complementares.

Figura 19 - Rota dos Saberes e Fazeres



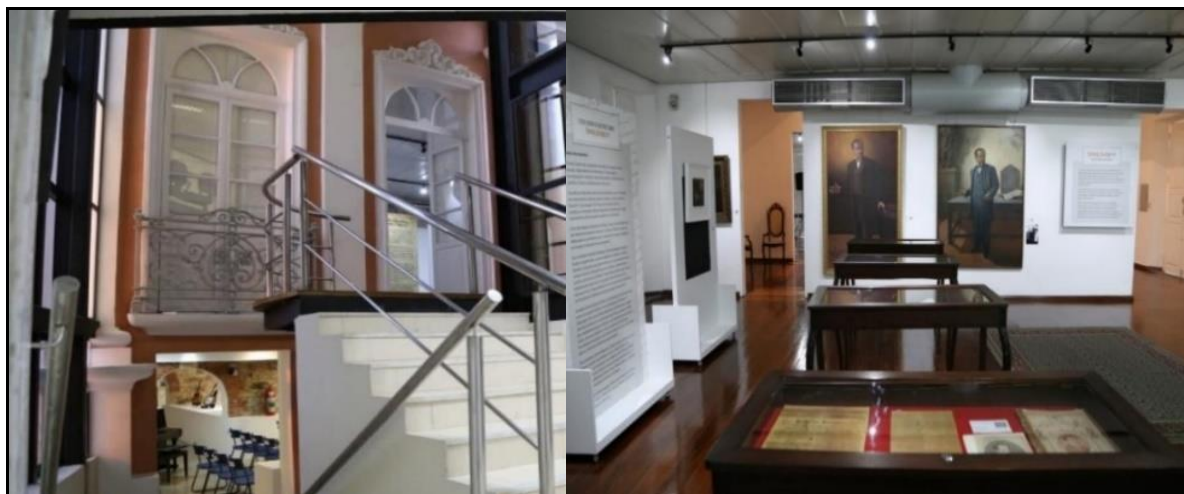
Fonte: Malha Municipal do IBGE, 2018.

Organização: Itala Margareth Ranyol Aben-Athar e José Wellington Carvalho Vilar.

Elaboração: Cleverton dos Santos, 2020.

A rota inicia-se na rua Itaporanga, na lateral da Praça Olímpio Campos, em uma caminhada de aproximadamente 15 minutos indo ao encontro a primeira parada para visitar o Memorial do poder Judiciário de Sergipe (Foto 14). O local apresenta exposições permanentes alusivas aos diversos períodos da história sergipana onde se tem uma visita monitorada de aproximadamente 40 minutos.

Foto 14 - Memorial do Poder Judiciário de Sergipe (Parte interna)



Fonte: Acervo cedido pelo Memorial do Poder judiciário de Sergipe, 2020.

Guardiões da cultura, da arte e das histórias, os museus, galerias e memoriais do centro de Aracaju promovem sensações aos visitantes a través da cultura sergipana. Seguindo através das praças Olímpio Campos e Parque Teófilo Dantas encontra-se a Galeria Álvaro Santos, com meio século de existência, inaugurada em 1966. A Galeria é uma unidade da Fundação Cultural de Aracaju e durante todo o ano, promove exposições nacionais e internacionais com artistas locais acolhendo também artistas iniciantes. Ademais, apresenta acervo permanente de mais de 300 obras de artistas sergipanos, tais como Jenner Augusto, J. Inácio, Adauto Machado e Ismael Pereira. A galeria promove ainda, debates, saraus lançamentos de obras literárias, mostras de telas, esculturas dentre outras (Foto 15). Essa parada para apreciar a galeria dura uma média de 15 minutos.

Foto 15 - Galeria Álvaro Santos



Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

Fonte: <http://isto Sergipe.blogspot.com>

Ao sair da galeria, sugere-se fazer uma visita à Catedral Metropolitana de Aracaju, localizada na parte central da Praça Olímpio Campos. Construída em 1862 e tombada em 1985, sua arquitetura está ligada aos elementos marcantes do neoclassicismo e do neogótico com arcos orgivais, e em seu interior contempla-se a pintura do italiano Orestes Gatti, artista que chegou a Sergipe em 1918, integrante da “missão jesuítica italiana”. Essa visita merece atenção pela representação da fé católica (Foto 16).

Foto 16 - Catedral Metropolitana de Aracaju Nossa Senhora da Conceição



Fonte: Reproduzida do site <https://pt.foursquare.com>. Acesso em 2020.

Recomenda-se aproveitar o passeio divertindo-se na feirinha de artesanato, situada também na praça Olímpio Campos. É uma oportunidade de encher os olhos para os saberes e fazeres do artesanato sergipano rico em rendas e bordados feitos à mão ou industrializados, composto por peças de cama, mesa e banho ricamente adornadas. Para cumprir o percurso da rota, essa visita pode ter duração de 20 minutos (Foto 17).

Foto 17 - Feirinha de artesanato na Praça Olímpio Campos



Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

Na próxima parada, sugere-se compras no interior das 15 lojas do Centro de Turismo/Rua do Turista ao lado da feirinha da praça. O prédio data do início do século XX e já abrigou a antiga Escola Normal. O monumento conserva traços da arquitetura neoclássica. Porém, antes das compras nos mais de 20 boxes existentes no prédio, a parada obrigatória é conhecer a história do artesanato do Estado no Memorial do Artista Sergipano. Lá o turista tem acesso a informações sobre as peças, a forma como foram confeccionadas e sua origem, fortalecendo a experiência do visitante. Estes artefatos encontram-se no Memorial do Artista Sergipano, situado num prédio do século XIX, atualmente conhecido como Rua do Turista (Foto 18).

Foto 18 - Memorial do Artista Sergipano (Parte interna)



Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

A rota tem sua continuidade pelo centro comercial de Aracaju, para uma parada no Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe. O Instituto abriga o museu Galdino Bicho, construído em homenagem ao artista sergipano Galdino Guttman Bicho. Em mais de cem anos de existência, apresenta aproximadamente cerca de 50 mil volumes entre livros e periódicos, em sua maioria, referentes a Sergipe. Seu acervo expõe ainda, por meio de peças, verdadeiros testemunhos da história do Brasil e de Sergipe, com armas, objetos bélicos do exército, peças coloniais e pré-históricas. Neste espaço encontra-se a pinacoteca, biblioteca e o Museu Galdino Bicho, com um acervo voltado a história política sergipana (Foto 19).

Foto 19 - Museu Galdino Bicho (Parte interna)



Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

A parada no restaurante Bistrô Cacique Chá finaliza a rota dos Saberes e Fazeres. O local foi referência da elite sergipana na década de 1950/70, como ponto de encontro de intelectuais, animados pelos assuntos da sociedade sergipana e os bailes dançantes da época,

Atualmente, no recinto está instalado o restaurante Senac Bistrô Cacique Chá, administrado pelo SENAC-SE no qual, além de desfrutar de um interessante cardápio sergipano, é possível conhecer a arte de Jenner Augusto que se estende pelas paredes do restaurante e encontra-se em repouso na galeria no interior do recinto (Foto 20 e 21). Para os amantes da arte, é um convite irrecusável, e o tempo de permanência é ditado pelas descobertas da Rota dos Saberes e Fazeres.

Foto 20 - Bistrô Cacique Chá (Parte interna)



Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

Foto 21 - Galeria Jenner Augusto (Parte interna)



Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

A rota dos Saberes e fazeres é um convite a experiência do visitante com a cultura local regada a muita história, riquezas culturais e a gastronomia, na qual o visitante pode experimentar passando pelo centro histórico urbano traçado em 1855.

4.2 A visão dos gestores dos museus e do poder público

A análise dos dados obtidos por meio das entrevistas aplicadas aos gestores dos seis museus permitiu identificar o papel dentro do espaço utilizado pelo/para o turismo cultural, como também determinar a propriedade institucional dos museus (pública ou privada). Em relação à questão “Gostaria de ver o museu integrar uma rota museológica no centro histórico”, obteve-se 100% de respostas positivas, ou seja, todos os gestores entrevistados revelaram interesse em fazer parte deste estudo, em participar e contribuir com a proposta das rotas.

Quanto à importância dos museus para o turismo cultural de Aracaju, houve também unanimidade nas respostas dos gestores entrevistados que convergiram para o entendimento que trará benefícios, tais como: aumento de visitantes, maior visibilidade e divulgação dos espaços dos museus e conhecimento da história sergipana por meio dos acervos.

Referente à questão dos obstáculos impostos pelas instituições para a realização das rotas museológicas, a resposta foi clara no sentido de que o usuário das rotas deve atentar para os horários de funcionamento dos museus. Sobre a origem do público que visita os museus, o maior número de visitantes é ainda de sergipano, por indicação de amigos, filhos, professores e alunos das escolas públicas e privadas.

Referente à questão da percepção sobre a elaboração de rotas turísticas que unam os museus do centro histórico de Aracaju, as respostas convergiram favoravelmente, alegando contribuição para o destino turístico cultural de Aracaju.

Quanto à parceria com o setor público, os museus são mantidos pelo Governo, Prefeitura Municipal e Instituição Bancária (BANESE), e sobre as relações junto a iniciativa privada os entrevistados entendem que necessitam de mais divulgação desses atrativos.

No tocante ao setor público, a análise dos dados foi obtida por meio de entrevistas aplicadas em duas secretarias: Secretaria Municipal da Indústria Comércio e Turismo - SEMICT- e a Secretaria Municipal de Turismo de Aracaju - SETUR. Na recolha de dados levou-se em consideração o papel das mesmas na gestão do turismo e o seu envolvimento nos produtos turísticos ofertados pelo mercado de Aracaju, como também na determinação da propriedade institucional das mesmas (pública ou privada).

Em relação à questão do envolvimento das instituições na criação de rotas/roteiros turísticos na capital as respostas foram unânimes em termos positivos. Neste momento, foram citadas a participação e parceria dos setores público e privada em projetos junto ao *trade* e ao SEBRAE com o desenvolvimento de novos produtos para o turismo de Sergipe. Conforme afirma a gestora da SETUR: “*Existem projetos prontos que podem ser colocados em prática*

em parceria com o trade turístico local e SEBRAE". Referente à fala da gestora, a mesma chama a luz do conhecimento a existência do Projeto Lidera Sergipe, tendo o SEBRAE/SE como forte incentivador. Este trabalho merece ser parabenizado por ter sido construído a muitas mãos, envolvendo todo o trade, ouvindo e considerando as possibilidades durante sua construção. Abre-se um parêntese para colocar que o formato dos projetos é distinto, já que um é a elaboração de rotas museológicas no centro histórico de Aracaju enquanto o outro um roteiro cultural.

Quanto aos benefícios que poderiam ser trazidos pelo envolvimento dos museus nas rotas, o entendimento da gestora da SEMICT é emblemático *"O turismo cultural vem atraindo cada vez mais o interesse, sendo assim a criação de um novo roteiro nos possibilita o aumento da permanência do turista em nossa cidade"*. Por sua vez, a afirmação da gestora da SETUR é significativa: *"História é um dos principais pontos de interesse turístico"*. Os gestores consideram que os museus do centro histórico estão preparados pra receber projetos, necessitando somente *"alguns ajustes"*.

Quando questionados sobre a viabilidade das rotas no centro histórico, os gestores entenderam positivamente. As principais dificuldades que uma rota museológica pode enfrentar estão associados aos seguintes aspectos: *"Acessibilidade em ruas e calçadas. Pontos de parada confortáveis com bebidas, alimentos e locais para sentar e se refrescar"* (Gestor da SETUR); *"há interesses mútuos entre o turismo e o patrimônio cultural, o turismo pode contribuir de forma positiva para a valorização das identidades locais, para o financiamento de projetos e para as atividades de conservação e restauro"* (Gestor da SEMICT).

Por fim, no tocante as ações que devem ser tomadas para melhorar o turismo do centro histórico de Aracaju, foram assinaladas: sinalização turística, estacionamentos e sensibilização da população. Em síntese, os gestores concordam em 100% que as rotas podem agregar valor ao turismo cultural de Aracaju e que as parcerias com o trade são de fundamental importância.

4.3 O olhar dos guias e das agências de turismo receptivo de Aracaju

A Secretaria de Turismo de Sergipe orienta pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo para que estejam devidamente cadastradas no Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos do Ministério do Turismo - Cadastur-Mtur²⁵. Esse sistema gratuito é regido pela Lei 11.771, de 17 de setembro de 2008, e para os guias de turismo, pela Lei 8.623, de 28

²⁵ Cadastur - Mtur. Disponível em: <https://cadastur.turismo.gov.br/hotsite/>. Acesso em: 07.abr. 2020.

de janeiro de 1993. Essa forma de legalização perante o Cadastur, permite vantagens ao prestador de serviços guias de turismo e agentes de viagens atuar em várias áreas no âmbito do turismo.

Atualmente, segundo a Secretaria de Turismo de Sergipe, o cadastro de prestadores guias chega a 337, inclui nessa estatística os guias formados a cada dois anos pelas Instituições promotoras de cursos de guias regional e nacional. Contudo, de acordo com o presidente do Sindicato dos Guias de Turismo de Sergipe – SINGTUR, existem cadastrados somente 60 guias na Instituição, porém, nem todos atuam no mercado regularmente como guias.

Para efeito deste trabalho, foram entrevistados guias atuantes no mercado de Aracaju. a pesquisa identificou que a maioria dos guias de turismo consultados são autônomos enquanto outros, possuem agência de receptivo local ou trabalham em parceria como operadores de viagem.

Em relação ao tempo de trabalho no mercado de guiamento dos entrevistados, obteve-se as seguintes cifras: 10% possuem até 02 anos de trabalho, 40% estão no mercado a mais de 05 anos e 30% atuam a mais de 10 anos. Salienta-se que foram entrevistados guias nas categorias regional/nacional.

Os temas centrais da pesquisa junto aos profissionais guias estão associados ao trabalho ao qual estão vinculados. Assim, para a questão do vínculo profissional, 70% são autônomos e trabalham para qualquer agência de receptivo, 20% são guias e agentes de viagens, enquanto 10% trabalham em regime de CLT (Consolidação das Leis de Trabalho).

Perguntado quais os passeios realizam e os locais que visitam no centro histórico, as respostas evidenciaram o *city-tour* panorâmico com paradas no Largo da Gente Sergipana, Mercados Antônio Franco e Thales Ferraz, Teleférico, Colina de Santo Antônio e Centro de Turismo. Quanto à visita aos museus do centro histórico, 100% responderam que se solicitados indicam ou conduzem guiamento quando consta no pacote das agências para o Museu Palácio Olímpio Campos e/ou Museu da Gente Sergipana.

Questionados se fariam as rotas museológicas, 90% dos guias de turismo consultados responderam de maneira afirmativa, caso constasse nos roteiros das agências, enquanto 10% responderam de forma negativa, justificando a falta de infraestrutura para estacionamento para transporte turístico no centro histórico de Aracaju e problemas de acessibilidade.

Quanto à procura por roteiros culturais, as respostas convergiram em 90% que os turistas que vem a Aracaju optam pelo turismo de sol e mar, enquanto 10% dos entrevistados identificam que o turismo cultural pode ser uma oportunidade para o mercado do turismo em Aracaju.

No tocante à viabilidade das rotas, a pesquisa identificou que 90% dos guias de turismo consultados a defende. Quanto aos impedimentos para realizar as rotas, foram unânimes em responder que as agências não oferecem passeios culturais.

Quanto aos agentes de turismo receptivo de Aracaju, buscou-se identificar as agências que trabalham com maior fluxo de turistas na capital, e neste contexto, tomou-se como parâmetro cinco agências que desenvolvem maior fluxo de passeios dentro e fora da capital. Dentre estas, encontram-se agências que tem como aporte a Operadora e Agência de Viagens Turismo Ltda - CVC.

Desta forma, a pesquisa foi direcionada para os profissionais na perspectiva de entender a oferta de passeios culturais que atualmente se desenvolvem no centro histórico de Aracaju. Buscou-se saber se existem roteiros que contemplem museus do centro histórico e se seria viável comercializar as rotas museológicas propostas nesse estudo.

No que concerne à questão quais os roteiros turísticos para ao centro histórico de Aracaju, 100% responderam: “Somente para os mercados, colina de Santo Antônio e teleférico”; “Não oferecem museus e/ou memoriais de Aracaju”. As respostas podem ser constatadas nos encartes de algumas das agências (Fotos 20 e 21).

Figura 20 - Encarte promocional de agências de turismo receptivo de Aracaju

Nozes Tour
Agência de Viagens e Turismo Ltda.

*A Nozestur
leva você aos
mais lindos
cenários de
Sergipe*

Av. Santos Dumont, 1550 | Atalaia
Aracaju | Sergipe | Brasil
www.nozestur.com.br
nozestur@nozestur.com.br

Nozestur Orla
(79) 3243-1000

Loja Matriz | Plantão 24h
(79) 3243-7177 / 99972-7314
E-mail: nozestur@nozestur.com.br

Mangue Seco
Com almoço

Xingó

Delta São Francisco (Foz)

Catamarã Aracaju

Crôa do Goré

Praia do Saco

Fonte: Acervo particular da autora, 2020.

Figura 21 - Oferta de produtos das agências de turismo receptivo de Aracaju

LUCIVALDO TURISMO ARACAJU/SE
 PLANTÕES
 vivo * 99921-2591 vivo 99650-8888
 (79) 3243-4752 vivo 9988-22223
 vivo * 99998-2222 vivo 99672-3333

CITY TOUR
 PASSEIO PELOS PONTOS TURÍSTICOS DA CIDADE com parada para fotos e compras nos Mercados Municipais.
 SAÍDA ÀS 08:30h CHEGADA AO HOTEL ÀS 12:30h

PRAIA DO SACO E LAGOA DOS TAMBAQUIS
 SAÍDA ÀS 07:30 CHEGADA AO HOTEL ÀS 17:00h

PRAIA DO FORTE BAHIA
 SAÍDA ÀS 05:30h CHEGADA AO HOTEL ÀS 17:30h Feira de Artesanato, Projeto Tamar e a linda Praia, piscinas naturais, 6 horas de praia.

MACEIÓ
 SAÍDA ÀS 06:30 CHEGADA AO HOTEL ÀS 19:00h Praia de Pajuçara passeio de jangada (não incluso), Praia do Francês, Mirante do Gunga.

CRÔADO GORÉ
 SAÍDA ÀS 09:00 CHEGADA AO HOTEL ÀS 15:00h Passeio de catamarã ou lancha pelo rio Vaza Barris, onde a natureza permanece intocável, belas ilhas, manguezais, orlas, com parada para um delicioso banho nas suas águas calmas e mornas.

FOZ DO RIO SÃO FRANCISCO
 SAÍDA ÀS 07h CHEGADA AO HOTEL ÀS 17:00h O encontro do Rio com o Mar. Uma região belíssima com ilhas, dunas, coqueiras que serviu de cenário para a gravação do filme "Deus é brasileiro" com Antônio Fagundes.

MANGUE SECO / COMBO
 LAGOA DOS TAMBAQUIS, PRAIA DO SACO
 SAÍDA ÀS 07:30 CHEGADA AO HOTEL ÀS 17:00h Canário da novela Tieta do Agreste. Passeio de escuna ou lancha. O acesso a praia é de buggy (buggy não incluso).

CANION DE XINGÓ
 SAÍDA ÀS 06:30h CHEGADA AO HOTEL ÀS 19:00h Passeio de catamarã pelo rio São Francisco para conhecer o 5º maior canion navegável do mundo, onde foram gravados capítulos da novela cordel encantado, com parada para banho no paraíso do telhado.

ONDE ENCONTRAR LUCIVALDO TURISMO
 NOS MELHORES HOTÉIS E Pousadas de ARACAJU/SE

MINISTÉRIO DO TURISMO
EMBRATUR
 25.037332.10.0001-0

Cadastur
 25.10707.96-2

ACEITAMOS OS CARTÕES
 Mastercard VISA Hipercard Univas Club

PLANTÃO:
 99650-8888
 (079) 99672-3333
 9988-22223
 99921-2591

www.lucivaldoturismo.com.br
 COMPARTILHE @LUCIVALDO_TURISMO

Fonte: Acervo particular da autora, 2020.

Na questão sobre as dificuldades em oferecer passeios das rotas museológicas, os agentes de turismo entrevistados foram unânimes em responder que o maior entrave é a falta de infraestrutura para estacionamento de transporte de turismo no centro histórico de Aracaju. Quanto à escolha dos atrativos para a comercialização, 100% das respostas dos agentes entrevistados indicam que os passeios atualmente oferecidos são operados há pelo menos mais de dez anos, e que não houve nesse espaço de tempo diversificação da oferta de novos produtos.

Entre os agentes de turismo receptivo houve concordância sobre a ausência de roteiros culturais em sua oferta turística para o centro histórico, contudo, quando solicitados, oferecem o Museu Palácio Olímpio Campos e o Museu da Gente Sergipana.

Na avaliação dos empresários do turismo sobre a viabilidade na elaboração de rotas que contemplem os museus do centro histórico de Aracaju, a resposta atingiu os 100% de aceitação, fortalecendo a viabilidade da diversificação de roteiros para atrair mais pessoas ao destino Aracaju.

4.4 A percepção da comunidade aracajuana e do turista / visitante

A pesquisa realizada junto à comunidade envolveu diversos atores, residentes, comerciantes, transeuntes, estudantes e professores. Dentre os vinte entrevistados no centro comercial/centro histórico, a média de idade oscilou entre 20 a 38 anos, e de forma surpreendente, 99% por cento dos entrevistados tinham conhecimento de alguns dos museus do centro histórico citados nesta pesquisa por participar da realização de eventos culturais realizados pelas instituições, visitas acadêmicas, informação de parentes e a curiosidade pela história de Sergipe, mídias sociais ou mesmo ao passar na porta dos estabelecimentos.

Quanto às sugestões de museus citados na pesquisa, é importante salientar que embora alguns tenham conhecimentos das atividades desenvolvidas pelos museus, a pesquisa comprovou que ainda compromete a falta de divulgação desses espaços, uma vez que muitos dos entrevistados não sabiam da existência de alguns dos museus específicos, como o Museu de Aracaju Prefeito Viana de Assis, o Museu Galdino Bicho, o Memorial do Poder Judiciário de Sergipe e o Memorial do Artista Sergipano.

Dentre os entrevistados, a pesquisa identificou que os museus mais visitados foram o Museu da Gente Sergipana e o Palácio Museu Olímpio Campos. Nestes espaços museais os visitantes identificaram alguns fatores de melhorias, como a acessibilidade, e uma maior divulgação por parte das entidades. Quanto ao sentimento de pertença representado pelos museus, 100% dos entrevistados se identificaram com a história, os costumes e a gastronomia local.

Na visão da comunidade quanto à importância dos museus de Aracaju, 100% dos entrevistados consideram o Museu da Gente Sergipana e o Palácio Museu Olímpio Campos muito importantes, quanto aos demais museus, 70% consideram importante e 30%, pouco importante. Quanto à pergunta sobre viabilidade das rotas museológica no centro histórico, 100% das respostas da comunidade entrevistada foram favoráveis à sua implantação abrangendo diversos contextos:

- a) Os museus serem roteiros importantes nas visitas dos turistas; b) Com as rotas, haveria mais divulgação do estado, da gastronomia e da história, com isso possibilita ao turista conhecer e consumir nossos produtos; c) Acredito que com as rotas iam estimular os próprios moradores a visitarem, o seu acervo; d) É um roteiro que chama atenção do público cultural, seria viável para mim enquanto moradora; e) Seria ótimo para o trade turístico, além de elevar na categoria de divulgação, geraria empregos para a localidade.

A referida análise das entrevistas com a comunidade demonstrou o apoio que este trabalho almejou alcançar, que consiste na visibilidade e viabilidade dos museus do centro histórico, dos patrimônios e na projeção turística do Estado.

Apesar do turismo em Aracaju priorizar o segmento de sol e praia, o turismo cultural também pode ser trabalhado na cidade, pois o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Polo Costa dos Coqueirais aponta Aracaju como uma cidade que pode oferecer esse segmento (PDITS, 2013).

A pesquisa contou com a participação de 22 pessoas entre turistas/visitantes nacionais sendo 88% dos turistas divididos em 22% para cada cidade como São Paulo, Salvador, Rio de Janeiro e Brasília, 9% vindos dos estados do Paraná, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Goiás e 1% turistas internacionais vindos da cidade de Sevilha-Espanha. O perfil etário dos entrevistados se situa na faixa de 20 a 75 anos. Muitos deles viajavam a lazer vindos por agências e de forma particular permanecendo de 04 a 07 dias no Estado, no período entre a segunda quinzena de janeiro e a primeira semana de fevereiro de 2020. Entre os entrevistados 10% se alojam em residências de família enquanto 90% em hotéis na orla de Atalaia. Durante a estada, realizaram passeios contratados por agências de receptivo local.

Perguntado ao visitante se há costume de ir a museus nos destinos visitados, 95% responderam ter costume de visitar museus. No tocante aos atrativos visitados na cidade de Aracaju, 90% dos entrevistados informaram ter adquirido pacotes com agências de turismo receptivo e 10% visitaram por conta própria, buscando informações em sites ou indicação de amigos que estiveram em Aracaju.

Questionado sobre visitação aos museus e memoriais de Aracaju, os turistas informaram que só conheceram o Museu da Gente Sergipana e o Palácio Museu Olímpio Campos, pois visitaram os sites e foram por conta própria. Referente aos museus visitados, 99% dos entrevistados responderam estar satisfeitos.

Quanto a avaliação dos espaços no Museu da Gente Sergipana e no Palácio Museu Olímpio Campos, suas infraestruturas foram consideradas boas quanto à segurança e acesso, mas a conservação do acervo foi considerada regular. Referente à limpeza, qualidade no atendimento e conforto, hospitalidade, interatividade e atrações (exposições), os entrevistados consideraram ótimo. Os demais museus não foram avaliados, por falta de informações quanto à existência dos mesmos.

Referente à pergunta sobre o fluxo turístico se existissem as rotas museológicas no centro histórico de Aracaju, a resposta dos entrevistados foi 100% favorável:

a) Quando chegamos a um novo destino tudo importa, mas os museus são uma forma de aprender mais sobre a cultura; b) Gosto muito de turismo cultural. Fiz uma rota parecida com esta que está sendo construída. Tecnicamente a experiência foi incrível; c) Gosto muito de museus. Acredito que neles encontramos parte da cultura local, por esta questão as rotas é muito bom, mas precisa investir em divulgação; d) Causa impacto por saber dos demais museus de Aracaju e dá vontade de visitar; e) Seria muito viável para toda população, divulgaria a cultura e seria mais uma atração; f) Acredito sim que a rota extrapole os pedidos desse passeio, porque quem chega aqui não sabe da quantidade de museus.

Observa-se que as respostas apresentadas pelos visitantes entrevistados são favoráveis à implementação das rotas museológicas como forma de diversificar os produtos turísticos de Aracaju e influenciar o aumento da permanência dos visitantes no destino.

4.5 O produto tecnológico das rotas museológicas do centro histórico de Aracaju

Os avanços da tecnologia trouxeram para o universo do turismo a autonomia e poder de decisão na escolha dos destinos pelo viajante. Uma forma de segmentação de mercado turístico corresponde às experiências a serem vivenciadas, num conjunto de serviços que conseguem ter o turista como personagem principal e conseqüentemente atingir seu imaginário, seus desejos, suas emoções impactando em suas histórias (BRASIL, 2010).

Contudo, é importante ressaltar que a oferta do produto esteja adequada à essa demanda, pois, de acordo com o Ministério do Turismo, não existe somente um único perfil de público. Conhecer o comportamento do turista e planejar estratégias e ações faz parte do processo de profissionalização e aperfeiçoamento da atividade turística que tem como objetivo promover a competitividade do destino, junto aos nichos de mercado que se deseja conquistar e manter.

Buscando o incentivo à competitividade, o produto apresentado nesta dissertação apoia-se em duas ferramentas do marketing que tem como objetivo aproximar o produto ou serviço dos distribuidores e clientes: o marketing eletrônico, para o uso da internet como ferramenta de promoção e comercialização; e a propaganda a qual abrange os diversos materiais de apoio, mídias digitais e impressas, tais como catálogos impressos e eletrônicos e a utilização da ferramenta digital conhecida como *QRCode*.

A propaganda de um produto pode ser feita por meio da utilização de material de apoio devendo estar relacionado ao posicionamento e identidade que o destino propõe, no caso, as rotas museológicas no centro histórico de Aracaju. Assim, foram definidos os seguintes produtos que visam incentivar os visitantes a adquiri-los e também estimular o consumo em épocas de sazonalidade do mercado: Rota da Sergipanidade e Rota dos Saberes e Fazeres; 02

catálogos das rotas museológicas do centro histórico de Aracaju: 01 em formato digital e 01 impresso; 01 logomarca identificando as rotas; o código digital das rotas museológicas direcionando o interessado para o catálogo virtual das rotas museológicas do centro histórico de Aracaju. Este produto foi desenvolvido por meio gratuito em plataforma digital *QRcode* (Apêndice H).

O processo de criação dos produtos é essência do cerne deste trabalho que visa ao desenvolvimento do turismo cultural no centro histórico de Aracaju. Assim, o processo criativo compreende a forma de elaboração identitária na construção dos catálogos virtual e físico, bem como a logomarca e a ferramenta digital.

- **O catálogo digital e impresso das rotas museológicas do centro histórico de Aracaju**

De acordo com Kotler, Arsmtrong e Saunder (1999), o catálogo é uma ferramenta de apresentação dos produtos que continua a ter uma referência como modelo de comunicação dos produtos e das marcas, devido à capacidade de transmitir os valores e princípios e de fomentar a relação entre ambos. A concepção dos catálogos foi pensada para dar valor e visibilidade ao produto, no caso, as rotas museológicas no centro histórico de Aracaju.

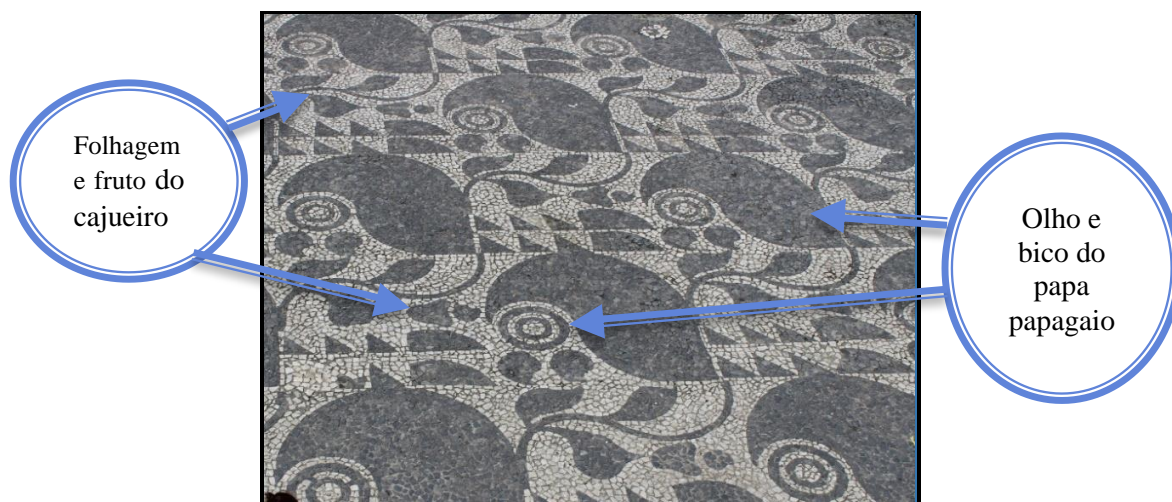
A seguir, faz-se uma breve apresentação de como foi elaborado o conteúdo para os catálogos:

- **A capa**

Este é primeiro contato que o público tem com o catálogo e com o que se quer transmitir. Portanto, no caso desse trabalho a proposta é que a rota seja realizada a pé, assim, utilizou-se a imagem do calçadão da praça Fausto Cardoso como proposta para a capa dos catálogos.

A razão para essa escolha está associada ao fato de o calçadão ter sido construído em pedras portuguesas que, além de dar o sentido de passeio, apresenta desenhos que reportam a identidade de Aracaju, uma vez que os desenhos se parecem as folhagens do cajueiro, o fruto do caju e a cabeça e o bico do papagaio (Foto 22), símbolos da capital sergipana.

Foto 22 – Desenho em pedras portuguesas do calçadão da Praça Fausto Cardoso



Fonte: Acervo de Itala Margareth Aben-Athar, 2019.

A escolha da imagem da capa buscou apoio em arquivo de jornal datado de 2014²⁶: “o novo calçadão terá um design que caracteriza a cultura sergipana, escolhido no concurso realizado pela Prefeitura de Aracaju em que participaram arquitetos de todo o Brasil”.

- **O Conteúdo**

O catálogo possui 30 páginas em dimensões de 793x793cm de modo que o leitor adquira curiosidade ao passar de uma página para a outra e sinta-se motivado à sua leitura.

Quanto ao conteúdo das informações, foi contextualizada uma breve descrição sobre cada atrativo, interligando detalhes técnicos de forma sucinta. A informação textual, expressa no conteúdo do catálogo, é clara e de leitura transparente, de modo a que o leitor consiga encontrar facilmente o que procura e que considera essencial para a sua decisão de escolha.

O objetivo do catálogo não é somente fornecer informações técnicas, mas, também é importante que sejam incluídos elementos visuais que persuadam pela emoção, para que o leitor possa ter contato com as características dos monumentos e atrativos das rotas museológicas. Por isso, foram adicionadas poesias feitas por Manoel Elielson Cordeiro de Jesus, especialmente para o catálogo, a quem agradecemos enormemente

²⁶Calçadões – EMURB discute a obra”. Jornal da Cidade, 23/01/2004, p. B-5. Disponível em: <http://www.institutomarcelodeda.com.br/emurb-define-assuntos-relacionados-as-obras-dos-calçadões/>. Acesso em: 26.mar.2020.

Assim, as imagens fotográficas inseridas no catálogo retratam os atrativos em ambientes reais, recurso utilizado para criar maior dinâmica visual, para que pessoas possam interagir com o local a ser visitado (CADDEN, LUEDER 2014).

A princípio, o catálogo encontra-se à disposição do público em formato digital no site da plataforma flipsnack²⁷, no <https://www.flipsnack.com/italamagazine/rotas-museol-gicas-no-centro-hist-rico-de-aracaju-2.html>. Quanto ao formato impresso, poderá ser confeccionado em papel especial que melhor se adapte ao seu propósito. Para a confecção dos catálogos impressos sugere-se que a editora do Instituto Federal de Sergipe – IFS possa contribuir em parceria para publicação do catálogo das rotas museológicas, uma vez que este produto é consequência do curso de Mestrado Profissional em Turismo, ministrado pela instituição.

- **O uso da ferramenta digital: aplicativo QR Code**

Vivemos na era digital, na qual é perceptível que a tecnologia está cada vez mais presente no cotidiano das pessoas, transformando-se numa ferramenta indispensável para o dia-a-dia da sociedade.

Desta forma, este trabalho fez uso do recurso digital por meio do aplicativo Quick Response Code (QR Code), que traduzido para o português significa “resposta rápida”, e indica o conceito de desenvolvimento para o código em leitura de alta velocidade (RIBAS, et al. 2017). O aplicativo pode ser utilizado livremente por qualquer pessoa sem nenhum custo.

Essa realidade tecnológica trouxe para este projeto de dissertação a visibilidade do catálogo virtual tendo como produto as rotas museológicas do centro histórico de Aracaju. Ao acessar o leitor de barras via celular, o visitante será direcionado automaticamente para a plataforma flipsnack, onde se encontra o catálogo (Figura 22).

²⁷ Flipsnack é plataforma digital que oportuniza por meio de suas ferramentas a criação de revistas, catálogos, folhetos etc.

Figura 22 - QRCode das rotas museológicas do centro histórico de Aracaju



Fonte: Elaborado via plataforma: <https://br.qr-code-generator.com/>, 2020.

Cientes da realidade tecnológica que vivenciamos nos dias de hoje, referente ao uso das novas tecnologias, os museus em Sergipe estão adotando os QRCode também em suas exposições.

- **A Logomarca das rotas museológicas do centro histórico de Aracaju**

Para a American Marketing Association, marca é um nome, sinal, símbolo que é usada para identificar produtos e serviços de uma organização ou projetos e assim diferenciá-los das ofertas concorrentes (KOTLER, 2011).

As logomarcas tem papel fundamental na comunicação. Levando em consideração essa premissa, o símbolo que identifica as rotas museológicas foi baseado na proposta de monumentos históricos devido ao contexto em que as rotas se encontram inseridas, ou seja, o centro histórico de Aracaju (Figura 23).

Figura 23 - Logomarca do projeto das rotas museológicas no centro histórico de Aracaju



Fonte: @projac_artes, 2020.

- **Ficha técnica**

Este catálogo foi produzido no Curso de Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe (IFS) e destinado a comunidade, turistas e visitantes, *trade* turístico, museus e organizações governamentais. Seu objetivo é colaborar na promoção do turismo do centro histórico de Aracaju, por meio de informações educativas visando a visibilidade dos equipamentos e atrativos turísticos existentes na região do centro histórico de Aracaju, numa aposta clara do turismo cultural.

Elaboração:

Itala Margareth Ranyol Aben-Athar, aluna do Curso de Turismo de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo do IFS.

Orientação: Prof. Dr. José Wellington Carvalho Vilar

Instituição promotora: Instituto Federal de Sergipe – IFS

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

O Turismo, mais do que uma atividade de lazer, é hoje, uma atividade de negócio que envolve inúmeros agentes. Esta atividade econômica, como qualquer outra, acarreta consequências positivas e negativas, mas o equilíbrio pode ser alcançado por meio da estabilidade aplicada ao desenvolvimento sustentável. A sustentabilidade da atividade turística envolve diversas vertentes na qual a experiência permite criar condições dentro de programas de gestão dos destinos turísticos.

Uma das conclusões mais importantes retiradas deste estudo prende-se ao elo da relação entre turismo e cultura. Os bens culturais são, cada vez mais, aproveitados pelos turistas, o que dá notoriedade ao segmento de turismo cultural e justifica o fato desta vertente ser essencial para o sucesso da atividade.

A cultura enquanto produto pode ser vista como um rendimento para os agentes de turismo, indivíduos e as comunidades, pois os turistas prezam por conhecer a peculiaridade cultural na vivência participativa junto às comunidades visitadas. Assim, os produtos culturais/patrimoniais são atrações turísticas, da indústria do turismo cultural. Os dados levantados neste estudo permitem comprovar que a atividade museológica também faz parte da cultura, logo os museus são fortemente beneficiados pela atividade turística na medida em que satisfazem grande parte da procura turística.

A organização de rotas museológicas no centro histórico de Aracaju buscou acesso a bibliografia e exemplos de sucesso de outras rotas, como forma de conhecer as várias etapas na preparação e composição e os elementos que compõe uma rota. As rotas culturais além de inovadoras permitem estabelecer a ponte entre o setor do turismo e a atividade cultural e devido a sua interdisciplinaridade torna-se possível planejar, em uma só rota, uma oferta constituída por diversas instituições museológicas.

Metodologicamente, foi cumprido o plano inicial proposto na memória descritiva das hipóteses de investigação, bem como o planejamento e cumprimento do calendário proposto neste trabalho os quais foram fundamentais neste estudo, a revisão de literatura bem como o uso dos instrumentos (observação e questionários) utilizados na Rotas Museológicas no Centro Histórico de Aracaju.

A recolha de dados secundários foi essencial no complemento das informações bem como, a análise de conteúdo foi a técnica escolhida para esta investigação, por ser a mais indicada neste tipo de abordagem metodológica qualitativa, e foram essenciais para o âmbito deste estudo. A articulação de tais instrumentos permitiu comprovar que a constituição e

aplicabilidade de rotas museológicas pode trazer benefícios tanto ao turismo quanto à comunidade.

Assim, em resposta a questão de pesquisa (Q1) analisada nesta dissertação, a pesquisa comprova que por meio do apoio dos atrativos, as rotas dos museus do centro histórico de Aracaju apresentam viabilidade sendo assim, possível a sua elaboração.

Quanto a hipótese H1 trazida nesta pesquisa é possível verificar que o turismo cultural em Aracaju ainda é pouco explorado, pois a atividade não aposta no valor aos atrativos do centro histórico. A pesquisa demonstrou ainda, que muitos empresários do turismo local não conhecem o leque de opções museais existentes no centro histórico de Aracaju.

Ainda na H1, as variáveis se interligam entendendo que a parceria entre turismo, turismo cultural e museus por meio das rotas museológicas, podem trazer muitos benefícios visando o fortalecimento e a competitividade do destino Aracaju, aumento no fluxo de visitantes aos museus, maior visibilidade aos atrativos, além de promover a conservação patrimonial e cultural dos atrativos do centro histórico de Aracaju.

No caso da H2, a análise concluiu que os museus e memoriais de Aracaju citados e escolhidos para compor as rotas museológicas podem colocar-se em cooperação dentro das rotas e entre rotas, para trazer benefícios ao turismo por reconhecer que a união de forças com o *trade* turístico renova a capacidade e desperta novos olhares sobre os museus e os processos museológicos. Contudo, na relação entre os museus e o *trade* turístico deve haver interação, para que o funcionamento das rotas museológicas não esteja fadado ao fracasso.

A investigação acadêmica neste domínio, identificou que a consolidação dos produtos turísticos de Aracaju depende praticamente da iniciativa privada, ou seja, as agências de turismo receptivo local. São as empresas que de forma instintiva definem os produtos que devem ser comercializados e promovem a divulgação dos mesmos.

Percebe-se, entretanto, que para um novo produto entrar no mercado, os empresários agentes de turismo receptivo precisam aceitar este novo desafio, o que é passível de muita negociação devido a pesquisa haver identificado que, no entendimento desses empresários, o turismo de Aracaju é somente de sol e mar. A análise também demonstrou que na prática, a iniciativa privada se prende ao receio de inovar, surpreender, entender e tirar vantagem do valor agregado de novos produtos dentro dos pacotes de passeios já comercializados. Tal visão foi baseada nas entrevistas aplicadas ao setor de agentes de viagens onde os mesmos se colocam indiferentes a novas descobertas.

Faz-se importante compreender que a oferta de novos produtos pode ser vista como um campo de oportunidade para potencializar o turismo de Aracaju e que o apoio dos empresários e governantes consiste numa ligação imprescindível para o sucesso dos destinos turísticos.

Outra sugestão refere-se à promoção e divulgação por parte dos museus junto às agências de turismo receptivo e à comunidade para que possam propagá-los a outras pessoas, como associações e donos de comércio próximos ao museu, universidades, escolas e outras instituições educacionais e culturais da cidade bem como, o suporte comercial das agências de turismo receptivo e a divulgação em seus cartazes e mídias sociais de novos roteiros turísticos culturais, constituem o elemento chave para a melhoria e diversificação turística do destino Aracaju, pois é sabido que a oferta de passeios turísticos em sua maioria é definida por agências de turismo receptivo e posteriormente junto aos órgãos públicos locais destinadas as operadoras turísticas para divulgação desses destinos.

O centro de Aracaju está inserido em uma área desenhada em formato de um quadrilátero e nesta localização, encontram-se os prédios de maior representatividade social e econômica desde a época de sua construção, em 1855. As simbologias e fatos históricos do centro de Aracaju entre o quadrante das praças Fausto Cardoso, Almirante Barroso e Olímpio Campos pode caracterizar esse espaço como lugar simbólico, resultante de ações e interdições sociais que se inserem nas disputas pelo poder hegemônico ali instalado, pois por sua significância coletiva é o lugar de memória de parte da história do Estado de Sergipe.

Conforme publicado pelo professor Amâncio Cardoso Neto²⁸, nas redes sociais, em 17 de março de 2020, sugere-se que o quadrante das praças seja reconhecido como local simbólico ou, porque não dizer, o Marco Zero da cidade de Aracaju, devido a sua representatividade. Acredita-se que este seria mais um forte apelo turístico para se visitar o centro histórico da capital que também pode trazer benefícios sendo mais um atrativo a ser contemplado nas rotas museológicas, já que as mesmas estão inseridas nesse contexto.

Em termos de atratividade, os museus do centro histórico de Aracaju oferecem gratuidade e acervo diversificado para o visitante com temas pautados em política, história, arte e artesanato que vão desde as exposições convencionais, aos que se utilizam de tecnologias para apresentar os saberes e fazeres sergipanos. O visitante das rotas encontra nos museus indicados por este trabalho, a estrutura de apoio necessária, desde banheiros, filtros de água, rampas de acesso e elevadores e estacionamento em alguns destes, outrossim, devem atentar apenas para os dias e horários de visitação. Outro ponto importante a ser mencionado é quanto a

²⁸ Publicação eletrônica via *Facebook* em 17 de março (2020).

diversificação de opções culturais no centro histórico para moradores e turistas aumentando assim, a possibilidade de gastos turísticos fora do complexo da Orla de Atalaia, local de maior fluxo atualmente de turistas.

Não menos importante, diz respeito ao percurso das rotas, pois a distância percorrida entre um atrativo a outro no centro histórico de Aracaju é em média de 05 a 10 minutos a pé. Esse detalhe coloca as rotas museológicas propostas neste trabalho numa condição favorável de visita, além do fato de que em todo o percurso das rotas museológicas tem-se o comércio como apoio nas áreas de alimentos e bebidas.

Dessa forma, sugere-se que ao poder público compete formação de parcerias na divulgação e potencialização dos produtos turísticos, assim como a responsabilidade no monitoramento dos impactos que possam ser gerados com a sua execução, a exemplo dos ambientais, socioculturais, de acessibilidade, sinalização turística e a segurança urbana, visto que a proposta das rotas museológicas e seu deslocamento entre os atrativos seja realizada a pé.

A necessidade de integração e vontade política entre setores públicos e privados são as peças mais importantes para que as Rotas Museológicas no Centro Histórico de Aracaju possam ter sucesso. O trabalho em equipe envolve os gestores municipais e estaduais, gestores de museus e o *trade* turístico, ou seja, uma cadeia de serviços que somados beneficiam vários setores.

Muito importante neste contexto é pensar no desenvolvimento de ações que contem também com a participação ativa da comunidade, uma vez que ao se envolver, a comunidade passa a ser também protagonista da memória local. Tais ações, além de incitar a curiosidade e aumentar a visitação do público aos centros históricos e seus atrativos, desenvolve o sentimento de pertença, constituído tanto pela comunidade envolvida como por turistas e visitantes.

Espera-se que este trabalho ofereça a visibilidade necessária para sua aceitação, pois entende-se as rotas museológicas no centro histórico de Aracaju como um produto cultural capaz de complementar e melhorar a oferta turística da capital sergipana e ao mesmo tempo, apostar no turismo cultural e na força do patrimônio.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Regina. Patrimonialização das diferenças e os novos sujeitos de direito coletivo no Brasil: IN: TARDY, Cécile & DODEBEI, Vera. **Memórias e novos patrimônios**. Marselle: Open Edition Press, 2015, p. 67-93.
- ALMEIDA, A. V. **Esboço bibliográfico de Inácio Barbosa**. Aracaju: Gráfica Sercore, 2000.
- ALFONSO, Louise Prado. **Arqueologia e Turismo: sustentabilidade e inclusão social**. 2012. Tese (Doutorado em Arqueologia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/71/71131/tde-16012013-1415_41/pt-br.php. Acesso em: 5 mar. 2019.
- ALVES, A. J. **O planejamento de pesquisas qualitativas em educação**. Cadernos de Pesquisa, São Paulo, v. 77, p. 53-61, maio, 1991.
- ANDRADE, J. V. **Turismo: Fundamentos e Dimensões**. 6. ed. São Paulo: Ática, 1999. Consultado em: 10.jan.2020.
- ARACAJU, Prefeitura Municipal. **Lei Complementar Nº 042 de 4 de outubro de 2000**. Aracaju: Estado de Sergipe, 2000.
- ARAÚJO, Hélio Mário et al. (Org.). **O ambiente urbano: visões geográficas de Aracaju**. São Cristóvão: Editora UFS, 2006.
- AZEVEDO, Denio Santos; ANDRADE, Polyana Bittencourt. O patrimônio histórico e artístico nacional e sua apropriação pelo turismo no Estado de Sergipe (1937–1979). **ROSA DOS VENTOS-Turismo e Hospitalidade**, v. 6, n. 2, 2014.
- AZEVEDO, Denio Santos de. **Novas formas de organização do turismo**. Módulo de Programa de Pós-Graduação Lato Sensu de Gestão de Empreendimentos Turísticos/DTUR. Nossa Senhora da Glória-SE: Universidade Federal de Sergipe-UFS, 2017.
- BARBOSA, Fábila Fonseca. O turismo como um fator de desenvolvimento local e/ou regional. **Caminhos de Geografia**, Uberlândia, MG, v. 6, n. 14, p. 107-114, fev. 2005. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/15380>. Acesso em: 3 abr. 2019.
- BARBOSA, Andrea Lombardi. **Museu 2.0: Como a tecnologia pode influenciar o público nos museus de arte da cidade de São Paulo**. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Mídia, Informação e Cultura) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: http://paineira.usp.br/celacc/?q=pt-br/tcc_celacc/museu-20-tecnologia-pode-influenciar-publico-museus-arte-da-cidade-sao-paulo-sao-paulo. Acesso em: 27 mar. 2019.
- BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento**. 2. ed. São Paulo: Papirus, 2000. (Coleção Turismo).
- BASTOS, Sênia. Responsabilidade social, turismo e patrimônio histórico cultural paulistano: azulejos, aquarelas e pinturas históricas de José Wash Rodrigues. *In: Seminário de Pesquisa*

em Turismo do Mercosul, 4, 2006, Caxias do Sul, RS. **Anais [...]**. Caxias do Sul, RS: UCS, 2006, p. 1-10. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/3/35.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2019.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC/SP, 1998.

BENI, Mário Carlos. Política e estratégia do desenvolvimento regional: planejamento integrado e sustentável do turismo. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 7-17, 1999. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63455>. Acesso em: 12 abr. 2019.

BENI, Mário Carlos **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão: desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Editora Manole, 2012.

BERCIAL, Reyes Ávila; TIMÓN, Diego A. Barrado Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. **Cuadernos de turismo**, Murcia, España, n. 15, p. 27-43, ene./jun. 2005. Disponível em: <https://www.redalyc.org/html/398/39801502/>. Acesso em: 07 mar. 2019.

BEZERRA, Angela Maria Almeida Santos; DOS SANTOS, Edilaine Valéria Batista; LIMA, Géssica Oliveira. **Inserção da cultura sergipana como disciplina na matriz curricular**, 2016. Disponível em: <https://portal.fslf.edu.br/wp-content/uploads/2016/12/insercao-da-cultura-sergipana.pdf>. Acesso em: 19. mar. 2020.

BIDOU-ZACHARIASEN, Catherine (Org.). **De volta à cidade: dos processos de gentrificação às políticas de “revitalização” dos centros urbanos**. São Paulo: Annablume. 2006.

BIESEK, Ana Solange; TARLOMBANI DA SILVEIRA, Marcos Aurélio. Planejamento dos aspectos culturais no espaço turístico urbano de Foz do Iguaçu, Paraná. **Anais do VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul–Saberes e fazeres no turismo: Interfaces**, 2010.

BLANCO, José; SÁEZ, Alfredo; DAUDER, Silvia; DÍAZ, António, 2003, **Aproximación psicossocial a la motivación turística: variables implicadas en la elección de Madrid como destino**, Estudios Turísticos, 158, Pág. 5–41. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2162761>. Acesso em 28. abr. 2020.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo**. 3ª Reunião do Grupo Técnico Temático – GTT de Turismo Cultural, no âmbito da Câmara Temática de Segmentação do Conselho Nacional do Turismo. Brasília: Ministério do Turismo, fev. 2005.

BRASIL. Ministério da Cultura. Secretaria da Economia Criativa. Relatório da economia criativa 2010: economia criativa uma opção de desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural. 2012.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil. Módulo operacional 7**. Brasília: Ministério do Turismo, 2007. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/31171099/programa-de-regionalizacao-do-turismo-roiteiros-do-brasil-modulo-operacional-7-ro>. Acesso em: 10 fev. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil. Módulo operacional 8**. Brasília: Ministério do Turismo, 2007. Disponível em:

http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/roteirizacao_turistica.pdf. Acesso em: 10 fev. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo cultural**. Orientações básicas. Ministério do turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de articulação e ordenamento turístico, coordenação geral de segmentação. Brasília, Ministério do Turismo. 2008.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural**. 2010. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/regionalizacao_turismo/estrutura. Acesso em: 5 fev. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e o mercado**. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010. 172 p.; 24cm. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf Acesso em: 25. mar. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Sol e Praia: Orientações Básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Manual de Orientações para Cadastramento dos Prestadores de Serviços Turísticos no Ministério do Turismo**. Brasília: Ministério do Turismo, 2011.

BRASIL. Ministério da Cultura; Instituto Brasileiro de Museus. **Museus e a dimensão econômica: da cadeia produtiva à gestão sustentável**. v. 2. Brasília, DF: IBRAM, 2014. (Coleção Museu, Economia e Sustentabilidade). Disponível em: http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2015/01/Museus_DimensaoEconomica_Ibram2014.pdf. Acesso em: 20 nov. 2018.

BRASIL. **Política Nacional de Museus: memória e cidadania**. Brasília, DF: MinC, 2003.

BRASIL. **Plano Nacional Setorial de Museus-2010/2020**. Brasília, DF: MinC, 2010.

BRASIL. **Plano Nacional de Turismo 2018-2022: mais emprego e renda para o Brasil**. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/images/pdf/PNT_2018-2022.pdf Acesso em 25. Abr. 2020.

BREFE, Ana Cláudia F. Os primórdios do Museu: da elaboração conceitual à instituição pública. **Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História**, São Paulo, v. 17, p. 281-315, 1998. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/revph/article/view/11178>. Acesso em: 20 nov. 2018.

BRIEDENHANN, Jenny; WICKENS, Eugenia. Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas-vibrant hope or impossible dream? **Tourism Management**, Amsterdã, v. 25, n. 71, p. 71-79, fev. 2004.

BRITO, Joaquim Pais de. O museu entre o que guarda e o que mostra. *In*: SEMEDO, Alice; LOPES, João Teixeira. (Org.). **Museus, Discursos e Representações**. Porto: Afrontamento, 2006.

BRITO, A. D. S, MARQUES, S.C, SANTOS, C. M. A & LIMA, L. E. D. A. **Fausto Cardoso: a revolta. (UNIT)**, 2019. Disponível em: <https://openrit.grupotiradentes.com/xmlui/bitstream/handle/set/2153/FAUSTO%20CARDOS%20-%20A%20REVOLTA%20%28UNIT-SE%29.pdf?sequence=1>. Acesso em: 02. abr. 2020.

BRITO, M. Versão inglesa: COSTA, G; RIGO, S. Realização: Fecomércio/SE E SENAC/SE. 1. Ed Aracaju: Sercore, 2015.

BORJA, Jordi. Urbanização e centralidade. ALMEIDA, Marco Antônio Ramos de. **Os centros das metrópoles: reflexões e propostas para a cidade democrática do século XXI**. São Paulo: Ed. Terceiro Nome, p. 69-71, 2001.

BOULLÓN, Roberto C. **Las actividades turísticas y recreacionales**. México: Ed. Trillas, 1983.

CADDEN, D. T.; LUEDER, S. L. **Small Business Management in the 21st Century**. 2014. Disponível em http://catalog.flatworldknowledge.com/bookhub/reader/2861?e=cadden_1.0-ch00pref. Acesso em: 26. mar. 2020.

CÂMARA DOS DEPUTADOS (Brasil). **Legislação sobre museus**. 2. ed. Série Legislação. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2013. Disponível em: <http://www.sistemademuseus.rs.gov.br/wp-content/midia/Legislacao-sobre-Museus.pdf>. Acesso em: 19 fev. 2019.

CÂMARA DOS DEPUTADOS (Brasil). **Legislação sobre museus**. 3. ed. Série Legislação. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2017. Disponível em: <http://bd.camara.gov.br/bd/handle/bdcamara/14599>. Acesso em: 10 fev. 2019.

CAMILO, Irene; BAHL, Miguel. Desenvolvimento do turismo baseado em elementos culturais. Turismo e Sociedade. **Turismo e Sociedade**, Curitiba, PR, v. 10, n. 1, p. 1-12, abr. 2017. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/52187>. Acesso em: 29 mar. 2019.

CAMPOS, Juliano Bitencourt; PRÉVE, Daniel Ribeiro; DE SOUZA, Ismael Francisco. (Orgs.), **Patrimônio cultural, direito e meio ambiente: um debate sobre a globalização, cidadania e sustentabilidade**. 2015. Curitiba: Multideia, VI. I. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/texto_especializado.pdf. Acesso em: 25mar. 2020.

CANANI, Aline Sapiezinskas Krás Borges. Herança, sacralidade e poder: sobre as diferentes categorias do patrimônio histórico e cultural no Brasil. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 11, n. 23, p. 163-175, 2005. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832005000100009&script=sci_arttext. Acesso em: 29 mar. 2019.

CAÑIZARES, Sandra Maria S.; GÚZMAN, Tomás J. Lopéz. La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. **Pasos – Revista de Turismo e Património Cultural**, España, v. 6, n. 2, p. 159-171, 2008. Disponível em: http://pasosonline.org/Publicados/6208special/PS0208_2.pdf. Acesso em: 10 abr. 2019.

CARBONE, Fabio. **Turismo, património e sustentabilidade: modelo de gestão para sítios arqueológicos**. 2006. Dissertação (Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo) – Universidade de Aveiro, Aveiro, 2006. Disponível em: http://www.silabo.pt/Conteudos/8438_PDF.pdf. Acesso em: 10 abr. 2019.

CARDOSO, A. Uma cidade de palha: Aracaju 1855 – 1895. **Revista Aracaju**. n. 10, p. 111 – 115, 2003.

CARDOSO, Ricardo José Brügger. **Centros Históricos e seus desafios contemporâneos**. 2012. Disponível em: <http://www3.ufrb.edu.br/ebecult/wp-content/uploads/2012/04/Centros-Hist%C2%97ricos-e-seus-desafios-contempor%C3%83%C3%87neos.pdf>. Acesso em 28.mar.2019.

CARIA, Telmo. O uso do conceito de cultura na investigação sobre profissões. **Análise Social**, v. 43, n. 4, p. 749-773, 2008. Disponível em: <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1228400133Z5jYV2yd3Yf59ND2.pdf>. Acesso em: 24 fev. 2019.

CARLOS, Ana Fani Alessandri; LEMOS, Amália Inês Geraiges de. **Dilemas urbanos: novas abordagens sobre a cidade**. Editora Contexto, 2003.

CARNEIRO, Ricardo de Medeiros; MATIJASCIC, Milko. (Org.). **Desafios do desenvolvimento brasileiro**. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), 2011.

CASTRO, Ana Lúcia Siaines de. Museu e turismo: uma relação delicada. *In: ENANCIB – Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*, 8, 2013, Salvador. **Anais [...]**. Salvador: IBICT, 2013. Disponível em: <http://www.enancib.ppgci.ufba.br/artigos/DMP--257.pdf>. Acesso em: 24 fev. 2019.

CASTROGIOVANNI, Antônio Carlos. Turismo e ordenação no espaço urbano. *In: CASTROGIOVANNI, Antônio Carlos. (org.). Turismo urbano*. São Paulo: Contexto, 2000.

CARVALHO, Maria João Esperança de. **O Centro Histórico na dinamização das cidades: o centro histórico do Porto**. 2011. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/57334/2/MJRFINAL16SET20111000145276.pdf>. Acesso em: 10. Mar. 2020.

CARVALHO, K. D. Lugar de memória e turismo cultural: apontamentos teóricos para o planejamento urbano sustentável. **Cultur: Revista de Cultura e Turismo**, 4(1), 15-31. 2010.

CAVÉM, Mara. **Centros históricos contemporâneos: Mudanças de Perspectiva na Gestão – caso de estudo de Lisboa e Bruxelas**, Dissertação de Mestrado em Geografia Humana, Planeamento Regional e Local, Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, Lisboa, 2007.

CERQUEIRA, Eugênia Dória Viana. A evolução das formas de gentrificação: estratégias comerciais locais e o contexto parisiense. **Cadernos Metrópole**, v. 16, n. 32, p. 417-436, 2014.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2007.

CHAGAS, Mário de Souza. O pai de Macunaíma e o patrimônio espiritual. In: ABREU, Regina; CHAGAS, Mário (org.). **Memória e patrimônio**: ensaios contemporâneos. 2. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009.

CHIAS Josep. **Turismo negócio da felicidade**: desenvolvimento e marketing turístico de países, regiões, ligares e cidades. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

CHOU, José Walter Teles. Aracaju: Imagem, Memória e Apropria o - Aracaju: 150 anos de vida urbana, Organiza o de Vera Lucia Alves França e Maria Lucia de Oliveira Falcon. - Aracaju: PMA/SEPLAN, 2005. p 53-74.

CHUVA, M rcia. Por uma história da no o de Patrimônio Cultural no Brasil. In: _____ (Org.). **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. História e Patrimônio**. Rio de Janeiro: IPHAN, 2011. n. 34, p. 147-165.

COELLI, Timothy J. *et al.* **An introduction to efficiency and productivity analysis**. Springer Science & Business Media, 2005.

CORREIA, Luís Manuel Mendes. **As rotas dos vinhos em Portugal**: estudo de caso da rota do vinho da Bairrada. 2005. Disserta o (Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo) – Universidade de Aveiro, Aveiro, 2005. Disponível em: <https://ria.ua.pt/bitstream/10773/4900/1/183642.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2019.

CORIOLANO, Luzia Neide. **A contribui o do turismo ao desenvolvimento local**: turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local. João Pessoa, PB: Editora Universitária da UFPB, 2012.

COSTA, Celio dos Santos. **Leitura de imagens para arquivos fotográficos**: uma proposta de recupera o histórica da Feira do Produtor de Londrina. 2011. 91f. Disserta o (Mestrado em Comunica o) – Universidade Estadual de Londrina, 2011.

COSTA, Eline Ramos; AZEVEDO, Denio Santos de; PAES, Tais Alexandre Antunes. A dinamiza o do turismo cultural em Aracaju/SE através da proposta de constru o do itinerário cultural memórias de Fausto Cardoso. **Revista Geonordeste**, São Cristóvão, SE, n. 2, p. 30-42, 2015. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/geonordeste/article/view/5332/4398>. Acesso em: 30 abr. 2019.

COSTA, A. de C. Rumo   economia criativa: artesanato e turismo em Itabuna. **Anais do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, 2006**, Caxias do Sul. Disponível em: http://www.uces.br/ucs/tplSemMenus/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/gt07. Acesso em 25 abr, 2020.

COSTA, J. Almeida; MELO, A. Sampaio. **Dicionário da Língua Portuguesa**. 7. ed. Porto: Editora Porto, 1995.

COUGO, Marcela. **Museus e sua utilização como atrativo turístico**: um estudo em Belo Horizonte. Dissertação de mestrado. Belo Horizonte, Centro Universitário UNA. 2007. Disponível em: <http://livros01.livrosgratis.com.br/cp155970.pdfwv.2020.pdf>. Acesso em: 19.fev.2020.

COUTO, Edvaldo S. Walter Benjamin: **ruas, objetos e passantes**. In: COUTO, Edvaldo S. DAMIÃO, Carla M. Walter Benjamin: Formas de percepção estética na modernidade - Salvador: Quarteto Editora, 2008.

CRESWELL J. W. **Research design**: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. 2 ed. Thousand Oaks: Sage Publications. 2003.

CRUZ, Janaina. Memorial do Judiciário traz para novas gerações a trajetória da magistratura em Sergipe. **Revista Judicarium**, Edição 87, ano X, maio de 2008, pp. 26-28

CRUZ, R. C. **Política de Turismo e Território**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2002.

CUNHA, Licínio. **Economia e Política do Turismo**. Lisboa: Mcgranhill, 2006.

DANTAS, Ibarê. História da Casa de Sergipe: os 100 anos do IHGSE 1912-2012. Ibarê Dantas. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: IHGSE, 2012. **Coleção Biblioteca Casa de Sergipe**, 15 492 p. Disponível em: https://www.academia.edu/39986002/Hist%C3%B3ria_da_Casa_de_Sergipe_Os_100_anos_d_o_IHGSE?auto=download. Acesso em: 27.mar. 2020.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Pesquisa em turismo**: Planejamento métodos e técnicas. 9ª ed. São Paulo: Futura, 2007. 335p.

DEMO, Pedro. **Pesquisa e construção do conhecimento**: metodologia científica no caminho de Habermas. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1994.

DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François (Ed.). **Conceitos-chave de Museologia**. São Paulo: Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus, 2013. Disponível em: <https://www.museuindiavauire.org.br/wp-content/uploads/2018/06/Museus.pdf>. Acesso em: 03. jun.2019.

DOBNI, C. Brooke. Measuring innovation culture in organizations: the development of a generalized innovation culture construct using exploratory factor analysis. **European Journal of Innovation Management**, v. 11, n. 4, p. 539-559, 2008. Disponível em: <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/14601060810911156>. Acesso em: 10 mar. 2019.

FAUSTINO, Ricardo Fernandes. **O turismo em espaço rural como modo de valorização do patrimônio cultural**: estudo de casos na média depressão periférica paulistas: as fazendas Capoava e Ibicaba. 2006. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

FEATHERSTONE, Mike. **O desmanche da cultura-globalização, pós-modernismo e identidade**. São Paulo: Studio Nobel, SESC, 1977.

FIDA, André *et al.* Marketing turístico: um estudo de caso na Cidade de Caraguatatuba. *In: Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*, 5, 2008, Belo Horizonte. **Anais** [...]. Belo Horizonte: ANPTUR, 2008, n.p. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/5/71.pdf>. Acesso em: 18 mar. 2019.

FIGUEIREDO, Antônio Marcus L. A função turística do patrimônio: questionamentos sobre a ideia de sustentabilidade do turismo cultural. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 5, n. 4, 2006.

FIGUEIREDO, Silvio Lima; RUSCHMANN, Doris Van de Meene. Estudo genealógico das viagens, dos viajantes e dos turistas. **Novos Cadernos NAEA**, Belém, PA, v. 7, n. 1, p. 155-188, jun. 2004. Disponível em: <https://periodicos.ufpa.br/index.php/ncn/article/view/40/34>. Acesso em: 29 mar. 2019.

FONSECA, Maria Cecília Londres. **O Patrimônio em Processo**: Trajetória da política federal de preservação no Brasil. Rio de Janeiro: UFRJ/Iphan, 1997.

FONSECA FILHO, Ari da Silva. Uma proposta de roteiro turístico para a Estância Turística de São Pedro-SP. **Revista Eletrônico de Turismo Cultural**, São Paulo, v. 2, n. 1, 2008. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/turismocultural/3ari.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2019.

FREDERICO, Nina Maria. **Planeamento e Desenvolvimento Turístico**: Análise da Chapada Diamantina. 2006. Dissertação (Mestrado em Economia) – Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial. Universidade de Aveiro, Aveiro, 2006.

FREIRE, Doria; PEREIRA Lígia L. História Oral, Memória e Turismo Cultural. *In: MURTA M. M.; ALBANO, C. (Org.). Interpretar o Patrimônio*: um exercício do olhar. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.

FRÚGOLI JR, Heitor. **Centralidade em São Paulo**: trajetórias, conflitos e negociações na metrópole. São Paulo: Cortez/Edusp, 2000.

FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime. **Turismo e Patrimônio Cultural**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

GOMES, Alberto Albuquerque. **Considerações sobre a pesquisa científica**: em busca de caminhos para a pesquisa científica. Presidente Prudente: Intertemas: Associação Educacional Toledo, v. 5, p. 61-81, 2001

GONÇALVES, Leonardo Giovane M.; RIBEIRO, Renata Maria. Rota e Roteiro: desafios para uma nova conceituação. *In: Fórum Internacional de Turismo do Iguassu*, 9, 2015, Foz do Iguaçu, PR. **Anais [...]**. Foz do Iguaçu, PR, 2015. p. 1-17.

GODINHO, Maria Inês Lúcia Ferro Pato. **Potenciar o desenvolvimento comunitário através do turismo acessível para todos: um projeto piloto para a cidade de Beja**. 2012. Dissertação. (Mestrado em Desenvolvimento comunitário e Empreendedorismo) – Instituto Politécnico de Beja, Escola Superior de Educação, Beja, 2012. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/3938>. Acesso em: 17 mar. 2019.

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de empresas**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 20-29, 1995. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v35n3/a04v35n3.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2019.

GODOY, Solange. I Seminário sobre Museus-Casas. *In: Anais do Seminário sobre Museus-Casas*. Rio de Janeiro:MEC,1997.

GONÇALVES, José Reginaldo. **A Retórica da Perda: os discursos do patrimônio cultural no Brasil**. Rio de Janeiro: Ed UFRJ, IPHAN, 1996.

GRINOVER, Lucio. A hospitalidade na perspectiva do espaço urbano. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 4-16, 2009.

GRINOVER, Lucio. Patrimônio, Identidade, Território e Hospitalidade. Notas para a compreensão da cidade contemporânea. *In: Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*, 9, 2012, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo, set. 2012. Disponível em: [https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/10/\[81\]x_anptur_2013.pdf](https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/10/[81]x_anptur_2013.pdf). Acesso em: 29 mar. 2019.

GRINSPUM, Denise. Mediação em museus e em exposições: espaços de aprendizagem sobre arte e seu sistema. **Revista GEARTE**, v. 1, n. 3, 2014.

HARVEY, David. **Los límites del Capitalismo y teoría marxista**. México: Fondo de Cultura Económica, 1990.

HARVEY, D. **A condição pós-moderna**. 15. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2002. Consultado em 10.dez.2019.

HENRIQUES, C. **Turismo Cidade e Cultura**. Lisboa, Sílabo Lda.2003.

HUYSSSEN, Andreas. **Seduzidos pela Memória: Arquitetura, Monumentos, Mídia**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

ICOM. International Council of Museums. **Museum Definition**. 2001. Disponível em: <http://icom.museum/thevision/museum-definition/>. Acesso em: 18.dez.2019.

ICOMOS. Carta dos Itinerários Culturais: **12, elaboração do comité científico internacional dos Itinerários Culturais e ratificação pela 16ª Assembleia Geral do ICOM**. Disponível em: http://www.icomos.org.br/cartas/Carta_Itinerarios_Culturais_2008.pdf. Acesso em 14.out.2019

ICOMOS, Comitê Español del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios. **Carta de ENAME para a interpretação de locais de patrimônio cultural**. Disponível em: <http://translate.google.com.br/translate?hl=pt>. Acesso em 20.jan.2020.

IBRAM. Instituto Brasileiro de Museus. **Museus em Números**. v. 2. Brasília: Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), 2011. Disponível em: http://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2011/11/Museus_em_Numeros_Volume_2A.pdf. Acesso em: 26 fev. 2019.

IBRAM. Instituto Brasileiro de Museus. **Museus e Turismo: estratégias de cooperação** – Brasília, DF. 2014. Disponível em: https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2015/01/Museus_e_Turismo_Ibram2014.pdf. Acesso em: 18.dez;2019.

IBGE. Panorama das cidades. Rio de Janeiro: **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2019**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/brasil/se/aracaju/panorama>. Acesso em: 16.01.2020.

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Tabela museus, 1993. In: **Anuário Estatístico do Brasil**. Rio de Janeiro, ano II, p. 365,1936. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/20/aeb_1936.pdf, Acesso em: 26.mar. 2020.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do Turismo**. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.

ISAAC, Rami K. Ibrahim. **Understanding the behaviour of cultural tourists: towards a classification of Dutch cultural tourists**. Netherlands: ScienceGuide, 2008.

JANSEN-VERBEKE, Mike; LIEVOIS, Ery. **Análise de recursos históricos para turismo urbano em cidades européias: desenvolvimento em turismo**. Tradução de Edite Sciulil. São Paulo: Contexto, 2002.

JULIÃO, Letícia. Apontamentos sobre a história do museu. **Caderno de diretrizes museológicas**, v. 1, n. 2, 2006. Disponível em: http://www.cultura.mg.gov.br/arquivos/Museus/File/caderno-diretrizes/cadernodiretrizes_segundaparte.pdf. Acesso em: 31.mai.2019.

JULIÃO, L. O Sphan e a cultura museológica no Brasil. In: **Estudos Históricos**, 2009. Rio de Janeiro, RJ, 22, n. 43, p. 141-161. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-21862009000100008&script=sci_arttext. Acesso em: 26. Mar. 2020.

KOCH, W. **Estilos de Arquitetura**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

KPMG, Teoristische Concurrentiepositie van Amsterdam tem opzichte van tien andere Europese steden. Amsterdã: Klynveld Management Consultants, 1993.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G.; SAUNDER, J. Wong, **Principle of Marketing: 2ª Ed.** England: Prentice Hall. 1999.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 12.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: Um conceito antropológico. 16. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

LEAL, Elisabete; PAIVA, Odair da Cruz. **Patrimônio e história**. 2014.

LEI nº 11.904, de 2009, **institui o Estatuto dos Museus e dá outras providências**. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2009/lei-11904-14-janeiro-2009-585365-norma-Atualizada-pl.pdf>. Acesso em: 20.04.2019.

LEITE, R. P. **Contra-usos da cidade**: lugares e espaço público na experiência urbana contemporânea. 2. ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP; Aracaju, SE: Editora UFS, 2007.

LE MOS, Leandro de. O valor turístico:(re) definindo a economia do turismo. Barreto, M.; REJOWSKI, M. **Turismo**: interfaces, desafios e incertezas. Caxias do Sul: Educus, 2001. Consultado em: 18.fev.2020.

LE GOFF, Jacques. **História e Memória**. 5. ed. Campinas: Unicamp, 2003.

LERNER, J. **Equilíbrio no poder local**: construindo hoje a cidade de amanhã. In: ALMEIDA, M. A. R. Os centros das metrópoles: reflexões e propostas para a cidade democrática do século XXI. São Paulo: Editora Terceiro Nome, viva o Centro, Imprensa Oficial do Estado, 2001.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

LIMA, Elaine Ferreira. Velhos Centros, Novas Centralidades: políticas de enobrecimento urbano e usos do espaço público. **Scientia Plena**, v. 3, n. 5, 2012. Disponível em: <https://www.scientiaplena.org.br/sp/article/view/1188>. Acesso em: 19.01.2020.

LOHMANN, Paola Bastos. A inovação do turismo no Brasil: os desafios na construção de sua trajetória. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, n.p, 2012. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/view/6887/5460>. Acesso em: 20 abr. 2019.

LOUREIRO, Kátia Afonso Silva. **A trajetória Urbana de Aracaju, em tempo de interferir**. Instituto de Economia e Pesquisas, 1983.

MAIA, Sara Vidal. **Rotas museológicas na região de Aveiro: Um estudo empírico**. 2010. Dissertação (Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo) – Universidade de Aveiro, Aveiro, 2010. Disponível em: <https://ria.ua.pt/bitstream/10773/3813/3/F%20I%20N%20a%20L.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2019.

MAIA, Sara Vidal; BAPTISTA, Maria Manuel. **O Turismo e as Rotas Culturais**- Proposta de Rotas Museológicas na Região de Aveiro. n.p. 2011. Disponível em: http://mariammanuelbaptista.com/pdf/044_PropostaRotasMuseologicas.pdf. Acesso em: 02 out 2018

MAIA, Sara Vidal; MARTINS, Uíara Maria Oliveira; BAPTISTA, Maria Manuel Teixeira. Turismo cultural no contexto urbano: rotas museológicas–Os casos de Aveiro e Ílhavo (Portugal). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo-RBTUR**, São Paulo, v. 7, n. 2, p.

192-208, mai./ago. 2013. Disponível em: <https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/632>. Acesso em: 10 fev. 2019.

MALAVSKI, Paula Dagnone. **O processo de revalorização do centro histórico de Santos (SP):** As contradições do programa Alegria Centro. Ano XIII-Nº 9-Agosto de 2010, p. 60, 2010.

MARQUES, Joana Ganiho Henriques. **Discursos dos museus:** uma perspectiva transdisciplinar. 2011. Dissertação (Mestrado em Educação Artística) – Faculdade de belas Artes, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2011. Disponível em: http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/5057/2/ULFBA_TES454.pdf. Acesso em: 28 mar. 2019.

MARUJO, Noémi; SERRA, Jaime; BORGES, Maria do Rosário. **Turismo e autenticidade em cidades património mundial:** o grau de satisfação do turista cultural na cidade de Évora (Portugal). 2016. Disponível em: <http://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/20076/1/TURISMO%20E%20AUTENTICIDADE%20EM%20CIDADES%20PATRIM%C3%93NIO%20MUNDIAL.pdf>. Acesso em: 29.jan.2020.

MARUJO, Noémi. A Cultura, o Turismo e o Turista: que relação? **TURyDES – Revista de Turismo y Desarrollo**, México, v .7, n. 16, p. 1-12, jun./jul. 2014. Disponível em: <http://www.eumed.net/rev/turydes/16/turista-cultural.pdf>. Acesso em: 19 abr. 2019.

_____. O estudo académico do turismo cultural. **TURyDES – Revista de Turismo y Desarrollo**, México, v. 8, n. 18, jun./jul. 2015. Disponível em: <http://www.eumed.net/rev/turydes/18/turismo-cultural.html>. Acesso em: 19 abr. 2019.

MARX, K. **O Capital: Crítica de Economia Política**. 18ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

MENESES, José N. Coelho. **História e Turismo Cultural**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

MENESES, Ulpiano Toledo Bezerra de. **Os usos culturais da cultura**. Contribuição para uma abordagem crítica das práticas e políticas culturais. *Turismo: espaço, paisagem e cultura*, 1996. Disponível em: <https://repositorio.usp.br/item/000969756>. Acesso em 19. Març. 2020.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MCKERCHER, Bob; HO, Pamela S. Y; CROS, Hilary du. Attributes of popular cultural attractions in Hong Kong. **Annals of Tourism Research**, [s.l.], v. 31, n. 2, p. 393-407, abr. 2004.

MENDES, Luís. Cidade pós-moderna, gentrificação e a produção social do espaço fragmentado. **Cadernos Metrópole**, São Paulo, v. 13, n. 26, p. 473-495. 2011.

MENEZES, Ulpiano Bezerra de. **Museus Históricos:** da celebração à consciência Histórica. Como explorar um museu histórico. São Paulo: Museu Paulista: USP, 1992.

MIRANDA, Jorge Morales. **La interpretación, em su acepción de comunicación atractiva in situ**. Portal iberoamericano de gestion cultural. n. 8. jun. 2004. Disponível em:

http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316767039_JMorales-Interpreta.pdf. Acesso em: 25 fev. 2019.

MOLINA E RODRÍGUEZ. **Planejamento Integral do Turismo**. Um enfoque para a América Latina. Bauru: SP, 1997.

MOLINA, Sergio. **O pós-turismo**. São Paulo: Aleph, 2003. Disponível em: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38225075/_u1_-_molina_-_etapas_desarrollo_turismo.pdf Acesso em: 20 mar. 2019.

MONTEIRO, Simone Flores, et al. **Política pública para museus no Brasil: o lugar do sistema brasileiro de museus na política nacional de museus**. 2016.

MORAIS, Luciléia Lima de. **Turismo e patrimônio cultural: políticas, ações e intervenções no município de Natal-RN**. 2016. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/23592>. Acesso em: 20 mar. 2019.

MURTA, Stela Maris. **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar**. Editora UFMG, 2002.

NASCIMENTO Alberto Carlos. Turismo cultural e desenvolvimento sustentável- O papel do gestor cultural. 2003. *In: Revista de Aracaju. Aracaju, ano LX, nº10, 2003, 111-115.*

NASCIMENTO, Francisco Paulo do. **Metodologia da Pesquisa Científica: teoria e prática – como elaborar TCC**. Brasília: Thesaurus, 2016.

NOGUEIRA, Adriana Dantas. **Patrimônio Arquitetônico e História Urbana: Ensaio sobre o patrimônio arquitetônico de Sergipe e sobre a estruturação sócio-espacial de Aracaju**. São Cristóvão: Editoria UFS, Universidade Federal de Sergipe, 2006.

NUNES, Thétis. **Sergipe Provincial II**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1996.

NUNEZ, Lorraine Oliveira. As transformações no conceito de patrimônio do IPHAN e suas práticas de tombamento no estado do Espírito Santo. **Faces da História**, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 194-212, set. 2017. Disponível em: <http://seer.assis.unesp.br/index.php/facesdahistoria/article/view/390>. Acesso em: 27 abr. 2019.

OLIVEN, Ruben George. Patrimônio intangível: considerações iniciais. *In: ABREU, R; CHAGAS, M. (Org.). Memória e patrimônio: ensaios contemporâneos*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2003.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e Desenvolvimento: Planejamento e Organização**. São Paulo: Atlas, 2000.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer projetos, relatórios, monografias, dissertações e teses**. 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

OMT. **Organização Mundial do Turismo. Introdução ao turismo**. Org. Amparo Sancho. Tradução Dolores Martins Rodrigues Corner. São Paulo: Roca, 2001.

PAIVA, Maria das Graças de M. Venâncio. Análise de programas de turismo no Nordeste na perspectiva dos planejamentos participativo e estratégico. **REN-Revista Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v. 45, n. 1, p. 90-105, jan/mar. 2014. Disponível em: <https://ren.emnuvens.com.br/ren/article/view/66>. Acesso em: 28 mar. 2019.

PASSOS, Lucas Santos; NASCIMENTO, Maíra Ielena Cerqueira. **Aracaju/SE: entre o pretérito e o porvir bens tombados em Aracaju**. 2012. Disponível em: <http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2012/09/Lucas-Santos-Passos-et-alii.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2019.

PAULA, J., & BASTOS, L. **Fotointerpretação aplicada na otimização de rotas turísticas**, XII Simpósio Latinoamericano de Percepcion Remota, Cochabamba-Bolivia, XII, 6. 2002.

PEREIRA, Edgard Antonio; MARÇAL, Emerson Fernandes. Análise dos determinantes da oferta no setor de turismo: efeitos sobre o setor de transporte aéreo. **Journal of Transport Literature**, v. 5, n. 1, p. 184-210, 2011.

PETERS, Mike; PIKKEMAAT, Birgit. Innovation in Tourism. **Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism**, [s.l.], v. 6, n. 3-4, jun. 2006.

PÉREZ, Xerardo Pereiro. Turismo Cultural: uma visão antropológica. **PASOS, Revista del Turismo y Patrimonio Cultural**, Tenerife, 2009.

PEIXOTO, Paula. Centros históricos e sustentabilidade cultural das cidades. **Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto**, v. 13, 2017.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. História, memória e centralidade urbana. **Revista Mosaico-Revista de História**, 2008.

PINHEIRO, Rafaelle Camila dos Santos. **Revitalização urbana e turismo: o caso do centro histórico**. 120 f. Monografia – Núcleo de Turismo, Universidade Federal de Sergipe, 2013.

PIRES, Marina Salim. **Turismo e pós-modernidade: teoria, cultura e sustentabilidade**. **Brasília, DF**, 2009. Disponível em: http://cet.unb.br/attachments/1207_Turismo%20e%20P%C3%B3s-modernidade.PDF. Acesso em 10.jan.2020.

POULOT, Dominique. **Uma história do patrimônio no Ocidente, séculos XVIII-XXI: do monumento aos valores**. 1 ed. São Paulo: Estação Liberdade. 2009.

PORIA, Yaniv; BUTLER, Richard; AIREY, David. The core of heritage tourism. **Annals of tourism research**, [s.l.], v. 30, n. 1, p. 238-254, 2003.

PORTO, Fernando de Figueiredo. **A cidade de Aracaju: (1855-1865), ensaio de evolução urbana**. Aracaju: Estudos Sergipanos, 1945.

PRATS, Llorenç. **Antropología y patrimonio**. Barcelona: Ariel. 1997.

PRECEDO LEDO, Andrés. **Ciudad y desarrollo urbano**. Madrid: Síntesis, 1996.

RAFAEL, Ulisses Neves. Santo Antônio do Aracaju: etnografia e narrativas sobre um lugar. **Política & Trabalho**, n. 49, p. 149, 2018. Disponível em: https://media.proquest.com/media/hms/PFT/1/A5ri8?_s=IP6AuvZbbnk0Zn5MyN%2F0XhniSg%3D. Acesso em: 18.jan.2020.

RAFFAINI, Patrícia Tavares. Museu contemporâneo e os gabinetes de curiosidades. **Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia**, São Paulo, v. 3, p. 159-164, 1993. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revmae/article/view/109170>. Acesso em: 24 mar. 2019.

RAMOS, Dina Maria; COSTA, Carlos Manuel. Turismo: Tendências de evolução. PRACS: **Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP**, Macapá, v. 10, n. 1, p. 21-33, ago. 2017. Disponível em: <https://periodicos.unifap.br/index.php/pracs/article/viewFile/2843/dinav10n1.pdf>. Acesso em: 18 mar. 2019.

RAMOS, Aldo Guzmán; FERNÁNDEZ, Guillermina. El patrimonio industrial como recurso para crear rutas turísticas: algunas propuestas en Argentina. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 4, 2006. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/70>. Acesso em: 12 abr. 2019

REIS. Nestor Goulart Filho. **Quadro da arquitetura no Brasil**. São Paulo: FAUUSP/FAPESP, 2000.

REIS, Ana Carla Fonseca; CARLA, Ana. **Marketing cultural e financiamento da cultura**. Brazil, Thomson, 2003.

REIS FILHO. Nestor Goulart. **Quadro da arquitetura no Brasil**. São Paulo: FAUUSP/FAPESP, 1994.

REZENDE, Ricardo de Oliveira. **Por uma geografia da hospitalidade: o lugar, a racionalidade e a hospitalidade em comunidades que recebem visitantes**. 2016.

RIBAS, Ana Carolina, et al. O uso do aplicativo QR code como recurso pedagógico no processo de Ensino e aprendizagem. **Ensaio Pedagógico**, Curitiba, 2017, 7.2: 12-21. Disponível em: <http://www.opet.com.br/faculdade/revista-pedagogia/pdf/n14/n14-artigo-2-O-USO-DO-APLICATIVO-QR-CODE.pdf>. Acesso em 26. mar. 2020.

RIBEIRO, Ivan de Otero. **Agricultura, democracia e socialismo**. Carlos Nelsom Coutinho, Maria Beatriz de Albuquerque David (Orgs.). Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

RICHARDS, Greg. **The impact of culture on tourism**. Paris: OECD, 2009.

RIGOTTO, Maria Helena Costa. A História e a Memória da Província do Paraná (1853-1889): a experiência do Museo Paranaense. 70 Saeculum. **Revista de História**, São Paulo, n. 6/7, jan./dez. 2000/2001. Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/152-4.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2019.

ROCHA, Renaldo Ribeiro. A Grande festa do centenário da independência de Sergipe. **Revista do Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe**, n. 48, 2018. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/rihgse/article/viewFile/12400/9351>. Acesso em: 19.01.2020.

RODRIGUES, A. R. O museu histórico como agente de ação educativa. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**, 2(4). 2010.

RODRIGUES, Eugenio Pacelli da Silva Junior. **O instituto do tombamento como meio de proteção do patrimônio cultural nacional**. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/36016/o-instituto-do-tombamento-como-meio-de-protecao-do-patrimonio-cultural-nacional>. 2005. Acesso em: 20 jan. 2019.

RODRIGUES, Jorge Nascimento; et al. **50 Gurus Para o Século XXI**. 1. ed. Lisboa: Centro Atlântico.PT, 2005.

ROLNIK, R. **O que é cidade**. São Paulo: Brasiliense, 1988. 22.abr.2019.

RUSCHMANN, Doris. **Marketing Turístico: um enfoque promocional**. Campinas: Papirus, 1990.

SALCEDO, Rosío Fernandez Baca. **A reabilitação da residência nos centros históricos da América Latina**. Cusco (Peru) e Ouro Preto (Brasil). São Paulo: EDUNESP, 2007.

SALGUEIRO, Teresa Barata. Segregação e Fragmentação. In: **Geografia de Portugal - Sociedade, Paisagens e Cidade**. Rio de Mouro: Círculo de Leitores. 2005.

SAMPAIO Aluysio, Sergipe-Jornal 1949, In Cacique Chá-Jenner Augusto, marcos do modernismo. 2015.

SANTI, Mariana Priscila de; KOBAYASHI, Maria do Carmo Monteiro. Arte, ludicidade e orientação de visitas em museus e espaços culturais com crianças de Ensino Fundamental–EF–Ciclo I. In: Congresso de extensão universitária da UNESP, 2015, Universidade Estadual Paulista (UNESP). **Anais** [...]. São Paulo, p. 1-5, 2015. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/142100/ISSN2176-9761-2015-01-05-santi.pdf?sequence=1>. Acesso em: 19 mar. 2019.

SANTOS, Cristiane Alcântara de Jesus; PINHEIRO, Rafaelle Camilla Santos. Evolução urbana, cultura e turismo no centro urbano de Aracaju-SE. **Ponta de Lança: Revista Eletrônica de História, Memória & Cultura**, v. 6, n. 11, p. 46-67, 2012.

SANTOS, Waldefranklin Rolim dos. **Práticas e apropriações na construção do urbano em Aracaju**. 2007. 144 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Programa Regional de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão.

SANTOS, Waldefrankly Rolim de Almeida. **Modernização centralizadora: território e desenvolvimento urbano na província de Sergipe (1855 - 1860) / Recife**, 2014.

SANTOS, Cristiane Alcântara; JESUS, Jislane Oliveira; SANTOS, Bruno Matheus. O centro histórico de Aracaju/SE enquanto espaço público de lazer e turismo. **Revista Expressão Científica (REC)**, v. 3, n. 1, p. 70-73, 2018.

SANTOS, Roselys I. Correa; ANTONINI, Bianca Oliveira. La gastronomía típica de la isla de Santa Catarina – Brasil: su identidad como atractivo para el turismo cultural. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, Buenos Aires, Argentina, v. 13, n. 1 y 2, p. 89-110, 2004. Disponível

em: https://www.estudiosenturismo.com.ar/search/PDF/v13n1y2_a06.pdf. Acesso em: 29 mar. 2019.

SCHEINER, T. C. M. Reflexões sobre Museus, Turismo, Patrimônio e Sociedade. **RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo**, 7, 6-25. 2017.

SCHEINER, Teresa Cristina M. **Apolo e Dioniso no Templo das Musas. Museu: gênese, ideia e representações na cultura ocidental**. Dissertação de Mestrado apresentada à UFRJ/ECO como cumprimento aos requisitos para obtenção do Grau de Mestre. RJ: UFRJ/ECO, 1998. 152 p. II. Orientador Paulo Vaz. Disponível em > <https://www.worldcat.org/title/apolo-e-dioniso-no-templo-das-musas-museu-genese-ideia-e-representacoes-na-cultura-ocidental/oclc/46757510>. Acesso em 20. abr. 2020.

SCHEINER, Tereza. As bases ontológicas do Museu e da Museologia. **Simpósio museologia, filosofia e identidade na américa latina e caribe**. ICOFOM LAM, Coro, Subcomitê Regional para a América Latina e Caribe/ICOFOM LAM, p. 133-143, 1999.

SCHUSTER, Benjamimvich Costa. **Revista de Aracaju**. Arquitetura residencial em Aracaju na primeira metade do século XX., ano LXI, número 11, 2005: 191-206.

SEGAWA, Hugo M. **Arquiteturas do Brasil 1900-1990**. São Paulo: Edusp, 1998.

SERGIPE. **Aracaju e seus monumentos: Sesquicentenário da capital 1855-2005**. Aracaju: Secretaria do Estado da Cultura. Gráfica e Editora Triunfo LTDA. 2005.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. Ed. Ver. atualizada – São Paulo: Cortez, 2007.

SEVCENKO, N. O enigma pós-moderno. *In: OLIVEIRA, R. C. et al. Pós-modernidade*. 5. ed. Capinas-SP: Ed. UNICAMP, 1995. pp. 43-55.

SHILS, E. **Centro e periferia**. Lisboa: Difel, 1974.

SILBERGH, David *et al.* **A strategy for theme trails**. London, 1994.

SILVA, Adriana Pisoni da. **O turismo nos sítios históricos urbanos: o patrimônio para além dos monumentos**. 2006.

SILVA, Jorge Antonio Santos. **Turismo, crescimento e desenvolvimento: uma análise urbano-regional baseada em cluster**. 2004. Tese (Doutorado em Relações Públicas, Propaganda e Turismo) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004. Disponível em: http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27148/tde-02122_005-231931/pt-br.php. Acesso em: 16 jan. 2019.

SILVA, César Henriques Matos. **Espaço público político e urbanidade: o caso do centro da cidade de Aracaju**. 2009. Dispon[ível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/8834/1/TeseCesarSilva-parte1.pdf>. Acesso em 20. mar. 2020.

SILVA, César Henriques Matos. **Espaços públicos fortes: transformações e ressignificações do centro da cidade de Aracaju**. São Cristóvão: Editora UFS, 2014.

SILVA, Danilo Corrêa *et al.* Impactos da inovação incremental na produção de uma porta de abrir. **Projetica**, Londrina, PR, v. 6, n. 2, p. 86-97. 2015. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/23435>. Acesso em: 20 fev.2019.

SILVA, Elza Peralta da. **Patrimônio e identidade: os desafios do turismo cultural**. *Antropológicas*, n.º 4. 2000. p. 218.

SILVA, Joab Almeida. **Organização sócio-espacial do turismo de Aracaju/SE: A Governança como diferencial competitivo**. São Cristóvão, 2019. (Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-graduação da Universidade Federal de Sergipe).

SILVA, O. V. D., & KEMP, S. R. A. A evolução histórica do turismo: da antiguidade clássica a revolução industrial–século XVIII. **Revista Científica Eletrônica de Turismo**, 5(9), 50-67. 2008. Disponível em: http://www.faeF.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/ICDQdUloe9pbXyB_2013-5-22-15-51-11.pdf Acesso em: 28.01.2020.

SILVESTREIN, Mônia Luciana; DIANOVSKY, Diana. Reconhecimento do patrimônio imaterial, mercado e política. Reflexões a partir de uma experiência de Estado. **Revista Andaluza de Antropología**, 12, 70-93. 2017.

SIMÃO, Veiga et al. **Ensino Superior: uma visão para a próxima década**. 2002.

SIVIERO, A.P. **Os elementos do espaço turístico urbano no processo de planejamento: uma análise da área central de Curitiba/PR**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2005. Disponível em: <https://www.acervodigital.ufpr.br/handle/1884/2354>. Acesso em: 28.01.2020.

SOARES, Bruno Brulon; CARVALHO, Luciana Menezes de; CRUZ, Henrique de Vasconcelos. O nascimento da Museologia: confluências e tendências no campo museológico no Brasil. **MAGALHÃES, Aline Montenegro & BEZERRA, Rafael Zamorano (Orgs.)**, 90, p. 1922-2012. Disponível em: [file:///C:/Users/itala/Downloads/O_nascimento_da_Museologia_tendencias_e%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/itala/Downloads/O_nascimento_da_Museologia_tendencias_e%20(1).pdf). Acesso em 19.01.2020.

SOBRINHO, Sebrão. **Laudas da História de Aracaju**. Aracaju: Prefeitura Municipal de Aracaju, 1954.

STRÁNSKÝ, Zbynek Z. Sobre o tema “Museologia–ciência ou apenas trabalho prático?” (1980). **Museologia e Patrimônio**, v. 1, n. 1, p. 101-105, 2008. Disponível em: <file:///C:/Users/%C3%8Dtala%20Margareth/Downloads/10-53-1-PB.pdf> Acesso em 03.jun.2019.

SWARBROOKE, John; HORNER, Susan. **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo, Aleph, 2002.

SOUSA, Carina. A influência da internet na escolha de um destino turístico. **Cogitur Journal of Tourism Studies**, n. 5, p. 143-156, mai. 2014. Disponível em: <http://revistas.ulusofona.pt/index.php/jts/article/view/4430>. Acesso em: 16 jan. 2019.

SUANO, Marlene. **O que é museu**. São Paulo: Brasiliense, 1986, 101p.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da Pesquisa-Ação**. 5. ed. São Paulo: Cortez Editora, 1992.

THOMAZI, Silvia Maria. **Cluster de turismo**: introdução ao estudo de arranjo produtivo local. Aleph, 2006.

TITO, Ana L. de Albuquerque; BRUMATTI, Paula N. Moreira; NÓBREGA, Wilker R. de Mendonça. Pós-modernidade e Turismo: Reflexões Acerca da Experiência Turística no Contexto das Agências de Viagens. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 28, n. 3, p. 424-437, 12 dez. 2017. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/126046>. Acesso em: 12 abr. 2019.

TOFFOLO, Regina; CARDOZO, Poliana Fabíula. Interpretação patrimonial como forma de valorização das edificações e o desenvolvimento turístico do município de Lapa (Paraná, Brasil). **Turismo e Sociedade**, v. 6, n. 4, 2013. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/turismo/article/viewFile/32952/22376>. Acesso em: 14.dez.2019.

TOMAZ, Paulo Cesar. A preservação do patrimônio cultural e sua trajetória no Brasil. **Revista Fênix - Revista de história e estudos culturais**, Uberlândia, MG, v. 7, n. 2, p. 1-12, 2010. Disponível em: <http://www.revistafenix.pro.br/vol23paulo.php>. Acesso em: 26. abr. 2019.

TRIBE, John. The indiscipline of tourism. **Annals of Tourism Research**, [s.l.], v. 24, n. 3, p. 638-657, 1997.

TRIGO, L. G. G. **A sociedade pós-industrial e o profissional em Turismo**. 2. ed. Campinas: Papyrus, 1998.

UNESCO. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Recomendação referente a proteção e promoção dos museus e coleções, sua diversidade e seu papel na sociedade**. Paris, 2015. Disponível em: https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2018/02/Unesco_Recomendacao-Final_PT-traducao-nao-oficial-final.pdf. Acesso em: 29. mar. 2019.

UNESCO, Organização das Nações Unidas para Educação, à Ciência e a Cultura. **O Patrimônio**: legado do passado ao futuro. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/culture/world-heritage/heritage-legacy-from-past-to-the-future/>. Acesso em 10.jan.2020.

UNESCO Brasil. **Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura**. Disponível em <http://www.unesco.org.br>. Acesso em: 19.fev. 2020.

UNWTO. World Tourism Organization. **Tourism and Intangible Cultural Heritage**. Madrid: UNWTO, dez. 2012. Disponível em: <https://www.immaterieelerfgoed.nl/me>

dia/inline/2017/9/14/tourism_and_intangible_cultural_heritage_unwto.pdf. Acesso em: 10.mar. 2019.

UNWTO. World Tourism Organization. **Tourism Market Trends**. Madrid: UNWTO, 2004.

UZZELL, David. Interpreting our heritage: a theoretical interpretation. *In*: UZZELL, David; BALLANTYNE, R. **Contemporary issues in heritage and environmental interpretation: problems and prospects**. London: The Stationary Office, p. 11-25, 1998.

VARGAS, H. C.; CASTILHO, A. L. H. **Intervenções em centros urbanos: objetivos, estratégias e resultados**. In: VARGAS, H. C.; CASTILHO, A. L. H (Orgs.) **Intervenções em centros urbanos: objetivos, estratégias e resultados**. 2. ed. Barueri, SP: Manole, 2009. p. 1-51.

VASCONCELLOS, Camilo de Mello. **Turismo e museus**. São Paulo: Aleph, 2006.

VAQUERO, Manuel de la Calle. **La ciudad histórica como destino turístico**. Barcelona: ariel, 2006.

VALLS, Josep-Francesc. **Gestão Integral de Destinos Turísticos Sustentáveis**. Tradução: Cristiano Vasques e Liana Wang. 1.ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

VAN DER BORG, J. COSTA, P. GOTTI, G. Tourism in European heritage cities, **Annals of Tourism Research**, 23(2):306-21, 1996.

VARINE-BOHAN, H. **Patrimônio Cultural: A experiência Internacional**. Notas de Aula: 12.8. 74. São Paulo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Universidade de São Paulo e Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. 1975.

VIAL, Andréa Dias. Aspectos de uma política pública para museus no Brasil. **Políticas Culturais em Revista**, v. 10, n. 2, p. 167-187, 2017. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/pculturais/article/view/24478>. Acesso em: 26 abr. 2019.

VINUESA, Miguel Ángel Troitiño. Turismo e desenvolvimento nas cidades históricas IberoAmericanas: desafios e oportunidades. In: PORTUGUEZ, Anderson Pereira. **Turismo Memória e Patrimônio Cultural**. São Paulo: Roca, 2004.

VILAR, José Wellington Carvalho. Os espaços diferenciados da cidade de Aracaju: uma proposta de classificação. **Revista de Aracaju**, Aracaju, n. 9, p. 87-99, 2002.

_____. Evolução da Paisagem Urbana do Centro de Aracaju. In: ARAÚJO, Hélio Mário de et al. (Orgs.). **O ambiente urbano: visões geográficas de Aracaju**. São Cristóvão: DGE/UFS, 2006.

VIRGINIO, Darlyne Fontes. Turismo e cultura: um estudo sobre o programa de qualificação de museus para o turismo. **Revista Eletrônica de Turismo Cultural**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 65-84, 2010. Disponível em <https://www.revistas.usp.br/turismocultural/article/viewFile/98419/97128>. Acesso em: 22 jan. 2019.

WAINBERG, Jacques A. Cidades como sites de excitação turística. *In*: CASTROGIOVANNI, Antônio Carlos. (Orgs.). **Turismo Urbano**. São Paulo: Contexto, 2000.

APÊNDICES



APÊNDICE A
ROTEIRO DE ENTREVISTAS: GUIAS DE TURISMO DE
ARACAJU

INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO
DEPARTAMENTO DE PÓS GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM
TURISMO

Orientador: Prof. Dr. José Wellington Carvalho Vilar

Mestranda: Itala Margareth Ranyol Aben-Athar

Prezado(a) Senhor(a), solicitamos sua colaboração por meio da concessão desta entrevista a fim de compreendermos a viabilidade da elaboração de Rotas Museológicas no Centro Histórico de Aracaju. Desde já agradecemos sua colaboração.

Identificação:

Tempo de atuação como guia profissional: _____

Vínculo institucional: () à serviço de agência de viagem () Autônomo () Outros

1. O(a) sr(a) realiza o serviço de guiamento no Centro Histórico de Aracaju?

() Sim () Não

Caso afirmativo, quais são os roteiros que o incluem?

2. Durante os guiamentos desenvolvidos no Centro Histórico de Aracaju são incluídas visitas aos museus inseridos no entorno? () Sim () Não

Caso afirmativo, quais?

() Museu da Gente Sergipana

() Palácio Museu Olímpio Campo

() Museu Galdino Guttman Bicho – Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe

() Memorial do Artesanato Sergipano – Centro de Turismo

() Museu Cidade de Aracaju Prefeito Viana de Assis – Centro Cultural de Aracaju

() Memorial Zé Peixe – Espaço Zé Peixe

3. Quais os motivos que te impulsionam a não conduzir os turistas para visitaçaõ em todos os museus do Centro Histórico de Aracaju?

() Não os conhece () Não faziam parte do roteiro () Turistas não demonstram interesse

() Não possuem infraestrutura para visitaçaõ () Outros. Quais? _____

4. Percebe interesse do turista em conhecer os museus vislumbrados durante o city tour?

() Sim () Não

5. Caso o turista tenha interesse em visitá-los posteriormente existe algum serviço ofertado por você para este fim específico? () Sim () Não

6. De que forma os museus do Centro Histórico de Aracaju poderiam se tornar mais atrativos para os turistas?

7. Qual sua avaliação sobre a elaboração de rotas que contemplem os museus do Centro Histórico de Aracaju?

8. Acredita que existe viabilidade de aplicação e aceitação pelo mercado turístico desta rota museológica? () Sim () Não

Caso positivo, quais museus devem constar nestas rotas?

9. Na sua percepção, como devem ser estruturadas as rotas museológicas? Quais museus devem ser contemplados por este itinerário turístico?

10. Quais as principais dificuldades que você identifica para a visitação turística nos museus constantes no Centro Histórico de Aracaju?

11. Acredita que as rotas museológicas podem sanar as problemáticas apontadas anteriormente?

12. Quais outras ações podem ser adotadas para melhorar o turismo no Centro Histórico de Aracaju e, por conseguinte, nos museus lá constantes?



APÊNDICE B
ROTEIRO DE ENTREVISTAS: REPRESENTANTES DO SETOR PÚBLICO

INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO
DEPARTAMENTO DE PÓS GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM
TURISMO

Orientador: Prof. Dr. José Wellington Carvalho Vilar

Mestranda: Itala Margareth Ranyol Aben-Athar

Prezado(a) Senhor(a), solicitamos sua colaboração por meio da concessão desta entrevista a fim de compreendermos a viabilidade da elaboração de Rotas Museológicas no Centro Histórico de Aracaju. Desde já agradecemos sua colaboração.

Identificação:

Nome: _____

Função/cargo: _____

Formação acadêmica: _____

Tempo do exercício: _____

Instituição Pública: _____

1. A iniciativa pública se envolve na criação de rotas/roteiros turísticos na capital?

() Sim () Não

Caso negativo, por que?

2. Caso haja envolvimento do setor público na criação de itinerários turísticos, como este costuma acontecer?

3. Qual sua percepção sobre a elaboração de rotas turísticas no Centro Histórico de Aracaju?

4. Acredita que há viabilidade estrutural para a implantação de rotas museológicas no Centro Histórico de Aracaju? () Sim () Não

5. Na sua opinião, uma rota turística que englobasse os museus do Centro Histórico de Aracaju seria aceita pelos turistas que visitam a capital sergipana?

() Sim () Não

6. Quais os museus do Centro Histórico de Aracaju deveriam estar inclusos nestas rotas turísticas?

7. Acredita que a cooperação e interligação entre os museus do Centro Histórico de Aracaju por meio das rotas museológicas seriam benéficas para o turismo em Aracaju?

() Sim () Não. Por quê?

8. Considera os museus do Centro Histórico estão preparados para desenvolver esta proposta?

() Sim () Não. Por quê?

9. A iniciativa pública já cogitou a estruturação de rotas museológicas no Centro Histórico de Aracaju?

() Sim () Não. Por quê?

10. Quais as principais dificuldades que o(a) sr.(a) identifica que uma rota museológica para a visitação turística no Centro Histórico de Aracaju poderia enfrentar?

11. Na sua percepção, quais outras ações devem ser adotadas para melhorar o turismo no Centro Histórico de Aracaju, a partir da diversificação da oferta turística?

12. Como as relações entre o setor público e o privado podem contribuir para o desenvolvimento do turismo no Centro Histórico de Aracaju e a operacionalização de novas rotas turísticas na localidade?



APÊNDICE C
ENTREVISTA: INICIATIVA PRIVADA

INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO
DEPARTAMENTO DE PÓS GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM
TURISMO

Orientador: Prof. Dr. José Wellington Carvalho Vilar

Mestranda: Itala Margareth Ranyol Aben-Athar

Prezado(a) Senhor(a), solicitamos sua colaboração por meio da concessão desta entrevista a fim de compreendermos a viabilidade da elaboração de Rotas Museológicas no Centro Histórico de Aracaju. Desde já agradecemos sua colaboração.

Identificação:

Tempo de atuação como agente de turismo: _____

Área de atuação: () só Receptivo () Emissivo e Receptivo

Formação acadêmica: _____

1. O(a) sr.(a) oferta roteiros para visitação ao Centro Histórico de Aracaju? () Sim () Não
Caso afirmativo, quais são os roteiros que o incluem?

2. Como se dá a divulgação destes roteiros?

() Panfletos () Internet () Revista e jornais () Propagandas em rádio e TV

() FAMTOUR/FAMPRESS () Guias e revistas especializadas de turismo

() Outros Quais? _____

3. Quais os principais atrativos visitados pelo turista durante a visita ao Centro Histórico de Aracaju? Como se deu a escolha pelos atrativos que compõem os roteiros realizados lá?

4. Durante a execução dos roteiros desenvolvidos pelo Centro Histórico de Aracaju são incluídas visitas aos museus inseridos no entorno? () Sim () Não

Caso afirmativo, quais?

() Museu da Gente Sergipana

() Palácio Museu Olímpio Campo

() Museu Galdino Guttman Bicho – Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe

() Memorial do Artesanato Sergipano – Centro de Turismo

() Museu Cidade de Aracaju Prefeito Viana de Assis – Centro Cultural de Aracaju

() Memorial Zé Peixe – Espaço Zé Peixe

5. Quais os motivos que te impulsionam a não conduzir os turistas para visitação em todos os museus do Centro Histórico de Aracaju?

() Não os conhece () Acervo de pouca relevância () Turistas não demonstram interesse
() Não possuem infraestrutura para visitação () Outros. Quais?

6. Caso o turista apresente interesse em conhecer todos os museus do Centro Histórico de Aracaju, a agência oferece algum serviço especializado para este fim? () Sim () Não
Caso afirmativo, como ocorre?

7. A agência já cogitou elaborar rotas museológicas no Centro Histórico de Aracaju?

() Sim () Não. Por qu ?

8. Qual sua avaliação sobre a elabora o de rotas que contemplem os museus do Centro Histórico de Aracaju? Quais museus devem constar nestas rotas?

9. Caso te fossem apresentadas rotas museológicas, já estruturadas, a serem realizadas no Centro Histórico de Aracaju, o(a) sr.(a) teria interesse em comercializá-las? () Sim () Não.
Por qu ?

10. Acredita que haveria viabilidade de aplica o destas rotas pela agência e sua conseqüente aceita o pelos turistas que visitam a capital sergipana? () Sim () Não. Por qu ?

11. Quais as principais dificuldades enfrentadas pela agência de viagem no tocante a elabora o e operacionaliza o de rotas/roteiros turísticos em Aracaju?

12. Como as rela es entre o setor público e o privado poderiam contribuir para a diversifica o da oferta turística da capital através da elabora o de rotas turísticas no Centro Histórico de Aracaju?



APÊNDICE D
ROTEIRO DE ENTREVISTAS: GESTORES DE MUSEUS E
MEMORIAIS

INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO
DEPARTAMENTO DE PÓS GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM
TURISMO

Orientador: Prof. Dr. José Wellington Carvalho Vilar

Mestranda: Itala Margareth Ranyol Aben-Athar

Prezado(a) Senhor(a), solicitamos sua colaboração por meio da concessão desta entrevista a fim de compreendermos a viabilidade da elaboração de Rotas Museológicas no Centro Histórico de Aracaju. Desde já agradecemos sua colaboração.

Identificação:

Nome: _____

Função/cargo: _____

Formação acadêmica: _____

Tempo do exercício: _____

Identificação do Museu/Memorial: _____

1. Há registro do número de visitantes no museu? () Sim () Não
 Caso afirmativo, qual a média mensal de visitantes a esta unidade?

2. O fluxo é majoritariamente composto por turistas ou sergipanos?

3. Na sua opinião, qual a importância dos museus para o turismo de Aracaju?

4. Neste museu existem projetos específicos voltados para os turistas?

() Sim () Não

5. Referente ao fluxo de visitação, quais as dificuldades encontradas pelo museu?

() Investimento em divulgação () Recursos humanos () Investimento na unidade museal

() Nenhuma das respostas () Outros motivos. Quais? _____

6. De que forma ocorre a logística para recepção de grupos de turistas neste museu? Os guias de turismo precisam entrar em contato antecipadamente ou a instituição possui infraestrutura para receber turistas por livre demanda?

7. Qual sua percepção sobre a elaboração de rotas turísticas que unam os museus do Centro Histórico de Aracaju?

8. O(a) sr. (a) como gestor deste museu, teria interesse em incluí-lo em uma rota museológica?
() Sim () Não. Por quê?

9. Em sua opinião, de que modo deve ocorrer a operacionalização das rotas museológicas envolvendo os museus do Centro Histórico de Aracaju, de modo a torná-los mais atrativos para os turistas?

10. O(a) sr.(a) acredita que a cooperação e interligação entre os museus do Centro Histórico de Aracaju por meio das rotas museológicas seriam benéficas para o turismo e para os museus?
() Sim () Não. Por quê?

11. O(a) sr. (a) considera este museu está preparado para desenvolver esta proposta?
() Sim () Não

12. Como a relação entre o museu, o setor público e o privado podem contribuir para o desenvolvimento do turismo no Centro Histórico de Aracaju e aumentar o fluxo de visitantes nos museus nele inclusos?



APÊNDICE E QUESTIONÁRIO: COMUNIDADE

INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO
DEPARTAMENTO DE PÓS GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM
TURISMO

Orientador: Prof. Dr. José Wellington Carvalho Vilar

Mestranda: Itala Margareth Ranyol Aben-Athar

Prezado(a) Senhor(a), solicitamos sua colaboração por meio da concessão desta entrevista a fim de compreendermos a viabilidade da elaboração de Rotas Museológicas no Centro Histórico de Aracaju. Desde já agradecemos sua colaboração.

Identificação:

Gênero: () Masculino () Feminino () Outro () Não declarar

Idade: _____ anos

Estado Civil: () Solteiro () Casado () Divorciado () Viúvo

Local que reside (bairro ou cidade): _____

Escolaridade: _____

Profissão: _____

1. O(a) sr.(a) sabia que os museus do Centro Histórico de Aracaju são gratuitos, abrem de terça a sexta, além dos finais de semana? () Sim () Não

2. Conhece os museus localizados no Centro Histórico de Aracaju? () Sim () Não

Caso afirmativo, quais?

() Museu da Gente Sergipana

() Palácio Museu Olímpio Campo

() Museu Galdino Guttman Bicho – Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe

() Memorial do Artesanato Sergipano – Centro de Turismo

() Museu Cidade de Aracaju Prefeito Viana de Assis – Centro Cultural de Aracaju

() Memorial Zé Peixe – Espaço Zé Peixe

3. O que motivou o(a) sr.(a) a visitar estes museus?

4. Como tomou conhecimento sobre os museus? () Internet () Ambiente acadêmico
() Televisão () Indicação de parentes/amigos () Jornal/Revista () Trabalho () Passando pelo local () Outros. Quais? _____

5. Quais aspectos podem ser melhorados nos museus visitados?

() Infraestrutura () Acesso () Acessibilidade () Limpeza () Conforto

() Conservação do acervo () Segurança () Divulgação e promoção

() Qualidade no atendimento () Hospitalidade () Interatividade

() Diversidade de atrações () Outros. Quais? _____

6. Quais aspectos expostos nos museus mais te representam? () História () Artesanato
 () Gastronomia () Costumes populares () Religião () Manifestações folclóricas
 () Festas populares () Personalidades sergipanas () Ecossistemas
 () Outros. Quais? _____

7. Dentre os museus mencionados anteriormente que não foram assinalados, quais motivos te levaram a não conhecê-los?
 () Falta de divulgação () Falta de informação sobre o acervo () Não tem tempo
 () Falta de interesse () Locomoção () Segurança () Outros motivos.
 Quais? _____

8. Analise o grau de importância dos museus do Centro Histórico de Aracaju para o turismo, de modo a classificar os quais são prioritários para um turista visitar.

	Muito Importante	Importante	Indiferente	Pouco Importante	Não é importante
Museu da Gente Sergipana					
Palácio Museu Olímpio Campo					
Museu Galdino Guttman Bicho					
Memorial do Artesanato Sergipano					
Museu Cidade de Aracaju					
Memorial Zé Peixe					

9. O(a) sr.(a) acredita que a criação de rotas museológicas no Centro Histórico de Aracaju aumentaria o fluxo turístico e conseqüentemente beneficiaria a comunidade?

() Sim () Não

Caso afirmativo, de que forma?



APÊNDICE F QUESTIONÁRIO: TURISTAS

INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO
DEPARTAMENTO DE PÓS GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM
TURISMO

Orientador: Prof. Dr. José Wellington Carvalho Vilar

Mestranda: Itala Margareth Ranyol Aben-Athar

Prezado(a) Senhor(a), solicitamos sua colaboração por meio da concessão desta entrevista a fim de compreendermos a viabilidade da elaboração de Rotas Museológicas no Centro Histórico de Aracaju. Desde já agradecemos sua colaboração.

Identificação:

Gênero: () Masculino () Feminino () Outro () Não declarar

Idade: _____ anos

Estado Civil: () Solteiro () Casado () Divorciado () Viúvo

Escolaridade: _____

Profissão: _____

Local que reside (cidade e estado): _____

1. Quantos dias permanecerá em Aracaju?

() até 03 dias () de 04 a 07 dias () mais de 08 dias

2. Qual foi o motivo da viagem?

() Lazer () Visita a família/amigos () Negócios/Trabalho () Congresso/Convenção

() Eventos, feiras e festivais () Outros. Quais? _____

3. Veio a Sergipe com acompanhantes? () Sim () Não

Caso afirmativo: () Família () Amigos () Outros

4. Durante suas viagens possui o hábito de visitar museus ou centros culturais existentes no destino? () Sim () Não

5. A visita ao Centro Histórico de Aracaju aconteceu através de roteiro comercializado?

() Sim () Não

6. Realizou visitas aos museus localizados no Centro Histórico de Aracaju?

() Sim () Não

Caso afirmativo, quais?

() Museu da Gente Sergipana

() Palácio Museu Olímpio Campo

() Museu Galdino Guttman Bicho – Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe

() Memorial do Artesanato Sergipano – Centro de Turismo

() Museu Cidade de Aracaju Prefeito Viana de Assis – Centro Cultural de Aracaju

() Memorial Zé Peixe – Espaço Zé Peixe

7. Como tomou conhecimento sobre os museus? () Internet () Agência de viagens
 () Televisão () Indicação de parentes/amigos () Jornal/Revista () Passando pelo local
 () Outros. Quais? _____

8. Os museus atenderam as suas expectativas?

() Atendeu satisfatoriamente () Atendeu parcialmente () Não atendeu

9. Analise a infraestrutura dos museus visitados, pontuando com nota de 1 a 5, no qual considera-se: 1 – PÉSSIMO; 2 – RUIM; 3 – REGULAR; 4 – BOM e 5 – ÓTIMO.

	Museu da Gente Sergipana	Palácio Museu Olímpio Campo	Museu Galdino Guttman Bicho	Memorial do Artesanato Sergipano	Museu Cidade de Aracaju	Memorial Zé Peixe
Infraestrutura						
Acesso						
Conservação do acervo						
Acessibilidade						
Limpeza						
Qualidade no atendimento						
Conforto						
Segurança						
Divulgação e promoção						
Hospitalidade						
Interatividade						
Diversidade de atrações						

10. Caso houvessem rotas museológicas pelo Centro Histórico de Aracaju, o(a) sr.(a) teria interesse em adquiri-las? () Sim () Não. Por quê?



APÊNDICE G
TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA UTILIZAÇÃO DE IMAGEM
E SOM DE VOZ PARA FINS DE PESQUISA

INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO
DEPARTAMENTO DE PÓS GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM
TURISMO

Eu, _____
autorizo a utilização da minha imagem e som de voz, na qualidade de participante/entrevistado(a) na pesquisa intitulada **Rotas Museológicas no Centro Histórico de Aracaju** sob a responsabilidade de **Itala Margareth Ranyol Aben-Athar**, aluna do **Programa de Pós-Graduação *stricto sensu* em Turismo - Mestrado Profissional**, no **Instituto Federal de Sergipe – IFS**.

Minhas imagem e som de voz podem ser utilizados apenas para **análise por parte da equipe de pesquisa** e que estas sejam destinadas à divulgação ao público em geral e/ou para formação de acervo acadêmico.

Tenho ciência de que não haverá divulgação da minha imagem nem som de voz por qualquer meio de comunicação, sejam elas televisão, rádio ou internet, exceto nas atividades vinculadas ao ensino e a pesquisa explicitada anteriormente. Tenho ciência também de que a guarda e demais procedimentos de segurança com relação às imagens e sons de voz são de responsabilidade da pesquisadora responsável.

Deste modo, declaro que autorizo, livre e espontaneamente, o uso para fins de pesquisa, nos termos acima descritos, da minha imagem e som de voz.

Este documento foi elaborado em duas vias, uma ficará com a pesquisadora responsável pelo estudo em questão e a outra com o(a) participante.

Aracaju, ____ de _____ de _____

Assinatura do(a) participante

Nome e Assinatura da pesquisadora

Itala Margareth Ranyol Aben-Athar

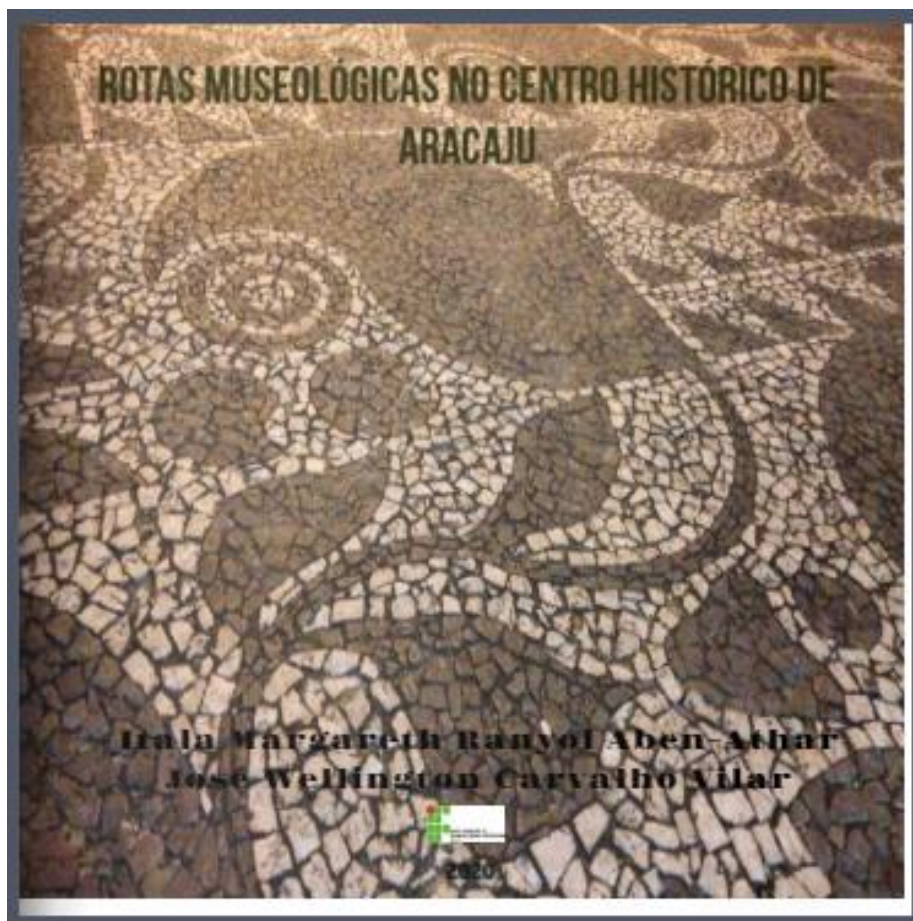
APÊNDICE H
QR CODE DAS ROTAS MUSEOLÓGICAS DO CENTRO HISTÓRICO DE
ARACAJU



Fonte: Elaborado via plataforma: <https://br.qr-code-generator.com/>, 2020.

APÊNDICE I
MODELO DO CATÁLOGO DAS ROTAS MUSEOLÓGICAS NO CENTRO
HISTÓRICO DE ARACAJU

1- Capa do catálogo



Ficha Técnica

Elaboração: Itala Margareth Ranyol Aben-Athar
Aluna do Curso de Mestrado Profissional em Turismo/PPMTUR - IFS.

Orientação: Prof. Dr. José Wellington Carvalho Vilar - IFS

Poesias de Manoel Elielson Cordeiro de Jesus/2020.

Promoção: : Instituto Federal de Sergipe - IFS.


Aracaju, 2020.

Olá, seja bem vindo!

Ouse para adentrar
Se embriague do saber
Conheça nossa cultura
Inove seu conhecer...

Conheça os museus, memoriais, praças, artesanato e os atrativos culturais caminhando pelo centro histórico de Aracaju.

As Rotas Museológicas da Sergipantidade e dos Saberes e Fazeres levam o visitante por meio dos espaços dos museus e pelo entramado urbano, ao mundo de nossa cultura, manifestações artísticas e história viva.



Págs: 4/5



**Um museu a céu aberto
Criado quadriculado
Nem sabiam que um dia
Em quadras seria rimado...**

Praça Fausto Cardoso

ARACAJU

No dia 17 de março de 1855, ocorreu a transferência da capital de São Cristóvão para Aracaju, uma cidade de múltiplos espaços e múltiplos tempos.

O centro histórico foi projetado como símbolo de vanguarda, como cartão postal, a sala de visita da cidade.

O entramado em quadriculas, desenvolvido pelo engenheiro Sebastião José Basílio Pirro, é uma referência obrigatória na construção do centro histórico de Aracaju.

É sobre esse "Tabuleiro de Xadrez" que o arruamento e as edificações são paulatinamente construídos. É no quadrado de Pirro que as duas Rotas Museológicas do Centro Histórico de Aracaju são aqui propostas: Rota da da Sergipanidade e a Rota dos Saberes e Fazeres.



Fonte: VILAR, J. W. C. Evolução da paisagem urbana do centro de Aracaju. IN ARAÚJO, H. M. de et al. O ambiente urbano: visões geográficas de Aracaju, São Cristóvão: EDUFS, 2006. p. 45-67.

Págs: 6/7

A ROTA DA SERGIPANIDADE

"Fio do cabrunco" que anda
é um "fio do ar" par andar
Corre só um "fio do canso"
e a "gota" para trabalhar...

Esta rota foi criada a partir de elementos da história política e econômica do povo sergipano. O mapa ao lado indica o itinerário da rota pelo centro histórico de Aracaju. Não saia da rota e conheça os monumentos que marcam a trajetória de um povo forte e trabalhador.

O caminho inicia-se no Museu e Largo da Gente Sergipana e segue em direção a Ponte do Imperador D. Pedro II, Palácio Museu Olímpio Campos, Centro Cultural de Aracaju (Museu de Aracaju Prefeito Viana de Assis), e finaliza no Memorial Zé Peixe às margens do rio Sergipe.



Págs: 8/9

Do passado ao presente
da brincadeira ao brincante
das cantigas nos folguedos
e arte contagiante...



Museu e Largo da Gente
Sergipana.



Museu da Gente Sergipana

Sem sombra de dúvida, a criação do Museu da Gente Sergipana em 2013, foi pensada para que o visitante interaja com as atrações e se divirta nos mais de dez espaços existentes entre a biblioteca e mídioteca e exposições temporárias e muito mais.

O Museu da Gente Sergipana é referência como primeiro museu tecnológico Norte e Nordeste do Brasil. Premiado como atração do ano do Guia Quatro Rodas em 2013, recebeu o Prêmio O Melhor da Arquitetura em 2012 e o Prêmio Rodrigo de Melo Franco do Iphan no ano de 2013.

Largo da Gente Sergipana

O Largo da Gente sergipana é uma instalação artística urbana integrada a paisagem natural do rio Sergipe e ao Centro Histórico de Aracaju potencializando uma experiência sensorial marcada pela valorização da identidade cultural do povo sergipano.

Horários: terça a sexta, das 10h às 16h, sábados, domingos e feriados das 10h às 15h.

Localização: Avenida Ivo Prado, 398, Centro, Aracaju-SE.



Fonte: <http://www.museudagentesergipana.com.br/wps/portal/inicial/restauracaoemuseografia/opredio>.

Págs: 10/11

Uma ponte que não é ponte
moçada com esplendor
para servir de desembarque
para o nobre Imperador...



Ponte do Imperador
D. Pedro II.



Ponte do Imperador D. Pedro II

Construída no ano de 1860, para desembarque de D. Pedro II e sua comitiva na visita feita a Sergipe, a Ponte do Imperador é um monumento emblemático da cidade de Aracaju, e não é por acaso que está situada no centro histórico.

Para muito além de sua morfologia e do seu caráter de monumento, a Ponte do Imperador assume um dos valores simbólicos mais significativos de Aracaju, marcando a paisagem urbana do centro da capital sergipana.

Sem sombra de dúvidas, é uma parada obrigatória para todos aqueles que visitam a bela Aracaju.



Fonte: MEDINA, A. M. F. Ponte do Imperador. Aracaju: Gráfica J. Andrade, 1999.

Págs: 12/13



Sergipe tem sua história
Política e cultural
enriquecendo que busca
o seu vasto cabedal...

Palácio Museu Olímpio Campos

O Palácio foi criado para funcionar como sede do governo do estado e residência de governadores. Um dos mais importantes patrimônios do Estado de Sergipe, idealizado na época do Império, em 1856, foi construído em estilo eclético, de influência neoclássica.

Aberto ao público em 2010 na condição de Palácio Museu Olímpio Campos, destaca a história política e cultural da República de Sergipe.

Horários: Terça a sexta, das 10h às 17h, sábados, das 08h às 13h.
Localização: Praça Fausto Cardoso, s/n, Centro, Aracaju/SE.

Fonte: <https://www.palacioolimpiocampos.se.gov.br/>
Foto: Itala Aben-Athar



Palácio Museu Olímpio Campos.

Págs: 14/15

Chega minha gente vem veí
 O retrato de um povo
 O saber o conhecer
 A essência viva de povo...





Centro Cultural de Aracaju e o Museu de Aracaju Prefeito Viana de Assis.

Centro Cultural de Aracaju e o Museu Prefeito Viana de Assis

O Centro Cultural de Aracaju está instalado no antigo prédio da Alfândega, em uma construção do século XIX. O local preserva a cultura do povo aracajuano e conta com ambientes destinados à divulgação cultural através das artes, música e dança.

O prédio abriga a sala do Museu de Aracaju Prefeito Viana de Assis, onde é possível conhecer figuras ilustres do poder executivo municipal.

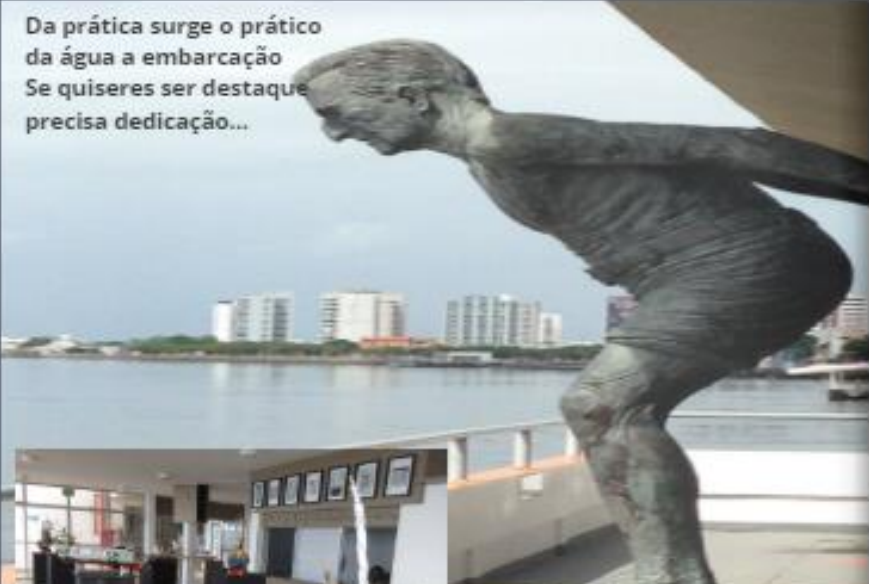



Horário: Terça a domingo das 08h às 17h.
 Localização: Praça General Valadão s/n, Centro, Aracaju/SE.



Fonte: Centro Cultural de Aracaju: <http://www.infonet.com.br/noticias/cultura/ler.asp?id=210624>.
 Foto: Itala Aben-Athar.

Págs: 16/17

Da prática surge o prático
da água a embarcação
Se quiseres ser destaque
precisa dedicação...

Memorial Zé Peixe e o Museu das Tototós

A partir do Centro Cultural de Aracaju, é possível atravessar a Avenida Rio Branco e conhecer a exposição permanente do Espaço Zé Peixe, localizado ao lado do atracadouro das embarcações Tototó. A curiosidade para o nome das embarcações se deve ao barulho dos seus motores (tótótótó...).

O Espaço Zé Peixe é também um convite para desfrutar da gastronomia local no restaurante Tototó, às margens do rio Sergipe.

Horário Espaço Zé Peixe: segunda a sábado 8h às 19h.
Restaurante Tototó: segunda a sábado 11h às 15h.
Localização: Avenida Ivo do Prado, 25 Centro, Aracaju - SE.

Fonte: CENTRO CULTURAL: patrimônio que abriga a tradição e cultura. Disponível em: <http://www.infonet.com.br/noticias/cultura/ler.asp?id=210624>.
Foto: Itala Aben-Athar.

Memorial Zé Peixe e Museu das Tototós.

Págs: 18/19



A ROTA DOS SABERES E FAZERES

Aracaju de Mestres e
Mestras
dos encantos e sabores
dos brinquedos de infância
dos amantes e dos amores...

Esta Rota está inserida no espírito de ensinar, aprender, contar e prostrar. Venha conhecer a arte e o artesanato sergipano e se encante com as belezas da cultura popular. O mapa ao lado traça o caminho da rota pelo centro histórico de Aracaju. Não saia da rota, e desfrute dos saberes populares pelos atrativos que encantam pela arte, beleza, história e muita fé.

A rota inicia-se no Memorial do Poder Judiciário de Sergipe, segue até a Galeria Álvaro Santos, passa pela Catedral Metropolitana de Aracaju, Feirinha de Artesanato da Praça Olímpio Campos, Centro de Turismo e Artesanato, Museu Galdino Bicho e finaliza seu trajeto na Galeria Jenner Augusto, localizada no Restaurante Bistrô Cacique Chá.



Págs: 20/21

Choupanas, mansões e palácios o homem arquitetou justas linhas arquitetônicas justo é o sábio Criador...

Foto: Itala Aben-Athar, 2019.





Memorial do Poder Judiciário de Sergipe

No Tribunal de Relação do Estado de Sergipe, também conhecido como Palácio Sílvio Romero, está instalado o Memorial do Poder Judiciário, criado em 1892, sob uma construção em estilo arquitetônico de linhas neoclássicas e de estilo eclético tardio.

As atribuições atuais da instituição envolvem atividades de pesquisa, organização do acervo documental do Poder Judiciário e realização de cursos, seminários, conferências e exposições com acesso em braile.

Horário: segunda a sexta, da 7h30min às 14h.
Localização: Praça Olímpio Campos, 417, Centro, Aracaju/SE.

Fonte: <http://museus.cultura.gov.br/espaco/7767>.
Foto: Itala Aben-Athar.

Memorial do Poder Judiciário de Sergipe.

Págs:22/23



Galeria
Álvaro Santos.

Galeria Álvaro Santos

Guardiões da cultura, da arte e das histórias, os museus, galerias e memoriais do centro de Aracaju promovem sensações aos visitantes a través da cultura sergipana. Seguindo através das praças Olímpio Campos e Parque Teófilo Dantas encontra-se a Galeria Álvaro Santos, com meio século de existência, inaugurada em 1966.

A Galeria apresenta um acervo permanente com mais de 300 obras promovendo exposições nacionais e internacionais.

Artistas sergipanos, renomados e iniciantes, tem espaço nas salas da galeria que promovem ainda, debates, saraus, lançamentos de obras literárias, mostras de telas e esculturas.

Horário: Segunda a sexta, das 8h às 18h; sábado, das 9h às 13h.

Localização: Pça Olímpio Campos, Centro, Aracaju/SE.



Fonte: <http://bibliotecas.cultura.gov.br/espaco/7403>.

Foto: <https://infonet.com.br/noticias/cultura/panoramica-das-artes-plasticas-segue-em-exposicao>.

Págs: 24/25



Centro de Turismo e Comercialização Artesanal e o Memorial do Artista Sergipano

O prédio do Centro de Turismo/Rua do Turista conserva traços da arquitetura neoclássica e data do início do século XX. Seu interior abriga mais de 30 boxes com artesanato local, além de restaurantes e uma infinidade de serviços.

Porém, antes das compras, a parada obrigatória é conhecer a história do artesanato do Estado no Memorial do Artista Sergipano, localizado em uma das salas do Centro de turismo. Lá o turista tem acesso a informações sobre as peças e sua origem, com destaque para a Renda Irlandesa patrimônio da Humanidade.

Horário: segunda a sexta das 8h às 18h, sábado, domingo e feriado das 9h às 13h30min.

Localização: Pça. Olímpio Campos, Centro, Aracaju/SE.



Fonte: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/68>

Págs:26/27

Uma casa cabe um mundo?
geográfica figuração
cabe história e
sentimentos
no acervo do coração...

Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe e o Museu Galdino Bicho

O Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe (IHGSE), também conhecido como "Casa de Sergipe", é uma instituição criada em 1912, para guardar objetos da história e da geografia de Sergipe. O Museu Galdino Guttman Bicho é parte integrante do IHGSE. O acervo do museu é diversificado e inclui paleontologia, cartografia, artefatos líticos e etnográficos.

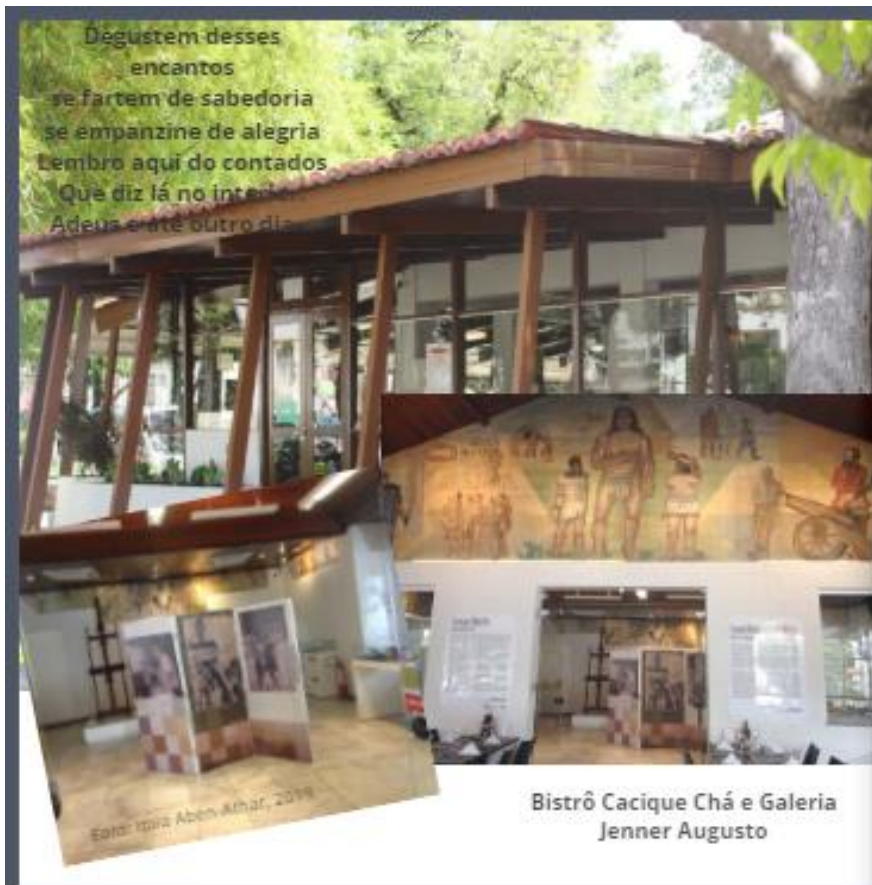
Horário: segunda a sexta, das 8h às 12h e das 14h às 18h, sábado, das 9h às 12h.

Localização: Rua Itabaianinha, 41, Centro, Aracaju/SE.

Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe e o Museu Galdino Bicho.

Fonte: <http://www.ipatrimonio.org/aracaju-instituto-historico-e-geografico-de-sergipe>.
Foto: Itala Aben-Athar.

Págs: 28/29



Bistrô Cacique Chá e a Galeria Jenner Augusto

A rota dos Saberes e Fazeres finaliza-se no restaurante Bistrô Cacique Chá, referência da elite sergipana na década de 1950. Atualmente, o recinto funciona como restaurante Senac Bistrô Cacique Chá.

O momento é oportuno para conhecer o rico e variado cardápio sergipano e uma boa oportunidade para os que desejam conhecer a arte moderna muralista de Sergipe do final do século XX, do artista Jenner Augusto. As obras estão espalhadas pelas paredes do restaurante e no memorial do referido artista existente no local.

Horário do Bistrô Cacique Chá: segunda a sábado, das 12h às 15h.

Horário do Memorial Jenner Augusto: segunda a sexta das 9h às 17h e aos sábados, das 10h às 15h.

Localização: Pça Olímpio Campos, 11, Centro Aracaju/SE.



30- Contra capa



ANEXOS

ANEXO 1

METODOLOGIA DE HIERARQUIZAÇÃO DE ATRATIVOS SUGERIDO PELO MINISTÉRIO DO TURISMO

A presente metodologia trata de uma adaptação daquela utilizada pela Organização Mundial do Turismo (OMT) e pelo Centro Interamericano de Capacitação Turística (CICATUR) para a hierarquização de atrativos turísticos.

A aplicação dessa metodologia tem como objetivo auxiliar na avaliação da importância dos atrativos identificados para inclusão no roteiro turístico. Com este instrumento são estabelecidas prioridades para determinar a escolha e as decisões dos governantes, administradores, gestores e empreendedores.

Em primeiro lugar, deve-se avaliar o potencial de atratividade do elemento, conforme as características de peculiaridade e o interesse que pode despertar nos turistas. O quadro a seguir estabelece uma ordem quantitativa para o desenvolvimento desse potencial para o turismo e atribuir um valor quantitativo às suas características.

Quadro de desenvolvimento do potencial de um atrativo turístico

Hierarquia	Características
3 (alto)	É todo atrativo turístico excepcional e de grande interesse, com significação para o mercado turístico internacional, capaz de, por si só, motivar importantes correntes de visitantes, atuais e potenciais.
2 (médio)	Atrativos com aspectos excepcionais em um país, capazes de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes deste país ou estrangeiros, em conjunto com outros atrativos próximos a este.
1 (baixo)	Atrativos com algum aspecto expressivo, capazes de interessar visitantes oriundos de lugares no próprio país, que tenham chegado à área por outras motivações turísticas, ou capaz de motivar fluxos turísticos regionais e locais (atuais e potenciais).
0 (nenhum)	Atrativos sem méritos suficientes, mas que são parte do patrimônio turístico como elementos que podem complementar outros de maior hierarquia. Podem motivar correntes turísticas locais, em particular a demanda de recreação popular.

Fonte: Brasil, 2007.

Em segundo lugar, são avaliados os aspectos que auxiliarão na definição dessa hierarquia. Este critério permite classificar cada atrativo, de acordo com uma escala

preestabelecida. Desse modo, ele fornece subsídios para a diferenciação objetiva das características e dos graus de importância de cada atrativo.

- **Grau de uso atual:** permite analisar o atual volume de fluxo turístico efetivo e sua importância para o município. Difere do grau de interesse por representar a situação atual, em vez do potencial. Um alto grau de uso indica que o atrativo apresenta uma utilização turística efetiva.
- **Representatividade:** fundamenta-se na singularidade ou raridade do atrativo. Quanto mais se assemelhar a outros atrativos, menos interessante ou prioritário.
- **Apoio local e comunitário:** a partir da opinião dos líderes comunitários, deve-se analisar o grau de interesse da comunidade local para o desenvolvimento e disponibilidade ao público.
- **Estado de conservação da paisagem circundante:** verificar, por observação *in loco*, o estado de conservação da paisagem que circunda o atrativo. Neste item é analisada a ambiência do atrativo.
- **Infraestrutura:** verificar, *in loco*, se existe infraestrutura disponível no atrativo e o seu estado.
- **Acesso:** verificar as vias de acesso existentes e suas condições de uso.

Quadro de critérios para hierarquização de atrativos

Critérios		Valores			
		0	1	2	3
(a) Potencial de atratividade		Nenhum	Baixo	Médio	Alto
Hierarquia	Grau de uso atual (b)	Fluxo turístico insignificante	Pequeno fluxo	Média intensidade e fluxo	Grande fluxo
	Representatividade (c)	Nenhuma	Elemento bastante comum	Pequeno grupo de elementos similares	Elemento singular, raro
	Apoio local e comunitário (d)	Nenhum	Apoiado por uma pequena parte da comunidade	Apoio razoável	Apoiado por grande parte da comunidade
	Estado de conservação da paisagem circundante (e)	Estado de conservação péssimo.	Estado de conservação regular	Bom estado de conservação	Ótimo estado de conservação
	Infraestrutura (f)	Inexistente	Existente, porém em estado precário	Existente, mas necessitando de intervenções/melhorias	Existente e em ótimas condições
	Acesso (g)	Inexistente	Em estado precário	Existente, mas necessitando de intervenções/melhorias	Em ótimas condições

Fonte: Brasil, 2007.

De acordo com as especificações apresentadas neste Quadro, deve ser preenchido o modelo a seguir, onde são aferidos valores para cada item dos atrativos que for avaliado.

É válido ressaltar que os itens, potencial de atratividade do elemento e representatividade devem receber a pontuação em dobro, ou seja, ter peso dois, por serem mais significativos em comparação com os demais itens avaliados.

Por exemplo, no caso de um atrativo cuja representatividade seja rara, singular, o valor atribuído a este é de 3 pontos, conforme a tabela anterior, multiplicado pelo número dois ($3 \times 2 = 6$). O mesmo deverá ocorrer para o item potencial de atratividade. A seguir, é apresentado modelo de tabela a ser preenchida quanto à avaliação e hierarquização dos atrativos turísticos. Por fim, somam-se os pontos obtidos e define-se o *ranking* de atrativos. Quanto maior o número de pontos de determinado atrativo, maior sua importância.

Tabela de avaliação e hierarquização de atrativos

Atrativo	Potencial de atratividade (Valor multiplicado por 2)	Grau de uso total	Representatividade (Valor multiplicado por 2)	Apoio local e comunitário	Estado de conservação da paisagem circundante	Infraestruturas	Acesso	Total
Atrativos Naturais								
Atrativos Culturais								
Atividades Econômicas								
Realizações técnicas, científicas e artísticas								
Eventos programados								

Fonte: Brasil, 2007.

ANEXO 2

PLANEJAMENTO DAS AÇÕES E CRONOGRAMA DO ROTEIRO DO SEBRAE/SE

HORÁRIO	ATIVIDADE	DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE
09:00 às 10:00	Largo da Gente Sergipana	-Chegada: Desembarque estacionamento no Museu da Gente Sergipana. -Passeio no Largo.
10:00 às 11:00	Museu da Gente Sergipana	-Redirecionamento ao Museu da Gente Sergipana. -Visita ao acervo.
11:00 às 11:30	Trajetos ônibus/van/carro ou a pé pelo Calçadão	A pé – distância: 1,3 km – tempo: 20’ - ônibus/van/carro - distância: 2,2 km – tempo: 20’ -Saída: Embarque estacionamento no Museu da Gente Sergipana. -Chegada: Desembarque estacionamento do Terminal Pesqueiro.
11:30 às 13:30	Mercado	-Passeio pelo Mercado Antônio Franco e compras. -Almoço nos restaurantes do terraço do mercado, que possuem vista para o rio Sergipe com gastronomia sergipana.
13:30 às 14:30	Centro Cultural	-Visita ao acervo.
14:30 às 15:00	Trajetos ônibus/van/carro ou a pé pelo Calçadão	-A pé – distância: 1,2 km – tempo: 20’ -Trajetos ônibus/van/carro - distância: 2,5 km – tempo: 20’. -Saída: Embarque estacionamento do Terminal Pesqueiro. -Chegada: Desembarque estacionamento da praça da Catedral.
15:00 às 16:00	Circuito Catedral/ Palácio Olímpio Campos/ Ponte do Imperador	Passeio pelos atrativos com parada no Café do Palácio.
16:00 às 17:00	Centro de Artesanato	Passeio no Centro de Artesanato conhecendo o autêntico artesanato sergipano e compras.
17:00 às 17:30	Estacionamento da praça da Catedral	Embarque.

Fonte: SEBRAE – SE, 2018.

