

Turismo, Museus e Cultura: notas sobre estratégias e ações em nível federal, 2003 – 2011.

Rafael José dos Santos¹

Universidade de Caxias do Sul

Mirella de Jesus Honorato²

Universidade de Caxias do Sul e Centro Universitário Barriga Verde de Orleans/SC

Ernani Viana da Silva Neto³

Universidade de Caxias do Sul

Resumo:

Desde o início do século XXI as aproximações entre Turismo e Cultura no Brasil passaram a fazer parte efetiva das estratégias e ações do Estado através de planas e diretrizes traçadas pelos órgãos federais. Neste trabalho, recorrendo a uma abordagem exploratória, buscamos cotejar e analisar documentos dos ministérios do Turismo e da Cultura tomando como marco inicial o Plano Nacional de Turismo 2003- 2007 na tentativa de estabelecer como se delineou a convergência entre esses dois campos.

Palavras-chave: Turismo; Cultura; Museus; Plano Nacional de Turismo; Plano Nacional de Cultura.

1. Introdução.

Em agosto de 2007, o então ministro da Cultura Gilberto Gil participou em Pomerode, SC, do lançamento do projeto Roteiros Nacionais de Imigração. Naquela ocasião foi assinado um Termo de Cooperação Técnica entre os Ministérios da Cultura, do Turismo, do Desenvolvimento Agrário, juntamente com o SEBRAE, com o governo de Santa Catarina e algumas Prefeituras Municipais⁴, com vistas à promoção e

¹ Antropólogo, doutor em Ciências Sociais, professor do Programa de Pós-graduação em Turismo e do Programa de Pós-graduação em Letras, Cultura e Regionalidade da Universidade de Caxias do Sul. rafaprof@gmail.com

² Museóloga, aluna do Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, professora do Bacharelado em Museologia do Centro Universitário Barriga Verde. mirellahonorato@gmail.com

³ Graduado em Turismo, produtor cultural, aluno do Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade de Caxias do Sul. ernaniviana@gmail.com

⁴ O roteiro catarinense abrangia os municípios de Ascurra, Benedito Novo, Blumenau, Indaial, Itaiópolis, Jaraguá do Sul, Joinville, Nova Veneza, Orleans, Pomerode, Rio dos Cedros, Rio do Sul, São Bento do Sul, Urussanga, Timbó e Vidal Ramos.

realização de ações para a implantação dos Roteiros.⁵ O trabalho de inventário de bens materiais e imateriais em Santa Catarina já vinha sendo realizado pelo IPHAN e pela Fundação Catarinense de Cultura desde os anos 1980.

Esta iniciativa inseria-se em um processo de aproximação entre órgãos governamentais ligados à Cultura e aqueles ligados ao Turismo, expressa em outro Acordo de Cooperação Técnica no mesmo ano, bem como nos Plano Nacional de Turismo (PNT) 2003 – 2007, no Plano Nacional de Cultura (PNC) de 2010 e em outros documentos de diretrizes e ações.

Em termos de Políticas Públicas, a atual confluência entre Turismo e Cultura dá-se em um momento no qual o primeiro passa a incorporar uma preocupação em planejar o desenvolvimento turístico para além da visão tradicional de ‘areia, sol e mar’, e a segunda caracteriza-se pela mudança no entendimento dos processos culturais, incorporando as ideias de diversidade, de identidades plurais, entre outras, ao mesmo tempo em que afirma as possibilidades da Cultura como vetor de desenvolvimento social.

Neste trabalho buscamos analisar exploratoriamente documentos oficiais dos dois ministérios na tentativa de verificar como se configuraram as aproximações entre Turismo e Cultura neste início de século. Para isso, iniciamos com uma visão sócio-histórica das iniciativas do Estado, apontando para o contexto de surgimento das aproximações entre os dois campos. Em seguida, abordamos documentos oficiais nos quais se delineiam as relações entre Turismo e Cultura.

2. Contextos e conjunturas: um olhar sócio-histórico.

Os processos de constituição dos estados nacionais em curso desde a segunda metade do século XVIII tiveram um de seus alicerces na esfera da cultura: a unificação linguística, a busca de uma identidade e de um caráter nacional e, não menos importante, a construção seletiva de uma narrativa histórica com vistas a um ‘passado comum’, constituíram estratégias de lutas simbólicas que, via de regra, foram construídas a partir do poder político central. Pode-se, portanto, afirmar o caráter político-ideológico das ações do Estado no âmbito da cultura.

⁵ Conforme os sites <http://www.timbo.sc.gov.br/noticia/1643/ministro-gilberto-gil-lanca-roteiros-nacionais-de-imigracao/>; <http://www.monumenta.gov.br/site/?p=60> e <http://iphansc.blogspot.com.br/2011/02/iphan-sc-promove-oficinas-com.html>. Acesso em 17/08/2012.

No Brasil, o estabelecimento sistemático de diretrizes e ações organizadas a partir do estado só veio a acontecer a partir dos anos 1930 com o governo provisório de Getúlio Vargas. Não se tratavam, contudo, de Políticas Culturais no sentido contemporâneo da expressão, mas de estratégias inseridas dentro de uma política nacionalista de integração nacional. Inseriram-se aqui as ações nacionalizantes visando à integração cultural do país, como as medidas de proibição dos idiomas de imigração, assim como o projeto de construção simbólica de um passado comum, no qual se inseriram as ações voltadas ao patrimônio histórico e a musealização.

Apesar da criação de um museu histórico nacional para o Brasil ter acontecido em 1922, somente na década de 1930 que o Curso de Museus foi instituído com o intuito de formar profissionais e fortalecer a criação de instituições de memória para construir o passado comum brasileiro. Nesse mesmo período também foram criados o Museu Nacional de Belas Artes, o Museu da Inconfidência, o Museu Imperial e a Inspeção de Monumentos Nacionais, que culminou posteriormente no Serviço de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN). No que diz respeito ao Turismo, as iniciativas estatais do período eram ainda incipientes, na medida em que o era também o mercado turístico no Brasil.

Foi a partir do período militar 1964 – 1985 que o Estado empenhou-se no estabelecimento de diretrizes e ações sistemáticas, tanto na esfera da Cultura como do Turismo. Neste período tivemos a abertura de diversos museus militares, a criação do Conselho Federal de Cultura, do Conselho Nacional do Turismo e da EMBRATUR em 1966, do Sistema Nacional de Turismo em 1967 e, no mesmo ano, a realização do I Encontro Oficial de Turismo Nacional. A I reunião dos Conselhos Estaduais de Cultura ocorreu em 1968 e dois anos depois uma reforma no MEC criou o DAC – departamento de Assuntos Culturais (ORTIZ, 1986, p. 86). Conforme assinala Ortiz (1986, p. 81):

O processo de racionalização, que se manifesta sobretudo no planejamento das políticas governamentais (em particular a cultural), não é simplesmente uma técnica mais eficaz de organização, ele corresponde a um momento do próprio capitalismo brasileiro.

Tratou-se de um momento no qual se articulam de modo complexo, os esforços para organização, a partir do Estado, do mercado ampliado de bens simbólicos em plena consolidação e, simultaneamente, o controle político-ideológico do processo pautado pela ideologia da Segurança Nacional (ORTIZ, 1986, p. 81 -84). O Turismo era visto

como parte deste mercado de bens simbólicos, e encontrava-se entrelaçado a dimensões da Cultura:

[...] a política de turismo tem um impacto importante no processo de mercantilização da cultura popular. Não é por acaso que as casas de Cultura Popular, sobretudo no nordeste, se encontram sempre associadas às grandes empresas de turismo, que procura explorar as atividades folclóricas e os produtos artesanais. (ORTIZ, 1986, p. 87).

Existe um terceiro aspecto a ser acrescentado, para além da organização dos mercados e das vicissitudes da ideologia da Segurança Nacional: o da representação da imagem do Brasil no Turismo e que se encontra indelevelmente vinculada à ideologia de uma identidade nacional única, caracterizada pela mestiçagem (SANTOS; GAYER, 2006).

O período compreendido entre 1964 e 1985, caracterizado no Brasil, entre outros aspectos, pela intensificação do processo de internacionalização da economia, correspondeu a um processo mais amplo de transformações no capitalismo mundial *pari passu* com profundas mudanças na Cultura. A partir dos anos 1970, assistiu-se à transição do modelo fordista para o modelo de acumulação flexível, o que levou a novas experiências de espaço/tempo que muitos expressariam em termos de pós-modernismo (HARVEY, 2003), constituindo o processo mais amplo de globalização.

No âmbito da Cultura, a segunda metade do século XX assistiu a emergência de novos movimentos sociais, étnicos, de gênero, aliados às vozes do pós-colonialismo, constituindo novos sujeitos sociais e novas formas de luta e reivindicação política. Neste contexto, a concepção de uma identidade cultural nacional unívoca cedeu lugar a visões fundadas na diversidade cultural, tendência que ganhou corpo nas últimas duas décadas do século passado. (HALL, 2005, p. 57- 65).

No campo da museologia, a partir de 1958, com o Seminário Regional da UNESCO, ocorrido no Rio de Janeiro, com o intuito de refletir sobre a função educativa dos museus, os profissionais da área procuraram rever as posições positivistas da educação museal. Mas, foi a partir de 1972, com a declaração da mesa-redonda de Santiago do Chile (ARAÚJO; BRUNO, 1995), envolvendo diversos profissionais brasileiros, que o movimento da Nova Museologia foi criado, com o objetivo de proporcionar experiências museológicas locais e de minorias, sugerindo em sua faceta mais radical a possibilidade da extinção do museu tradicional formado por quatro paredes e heróis nacionais. Mesmo com o amadurecimento das limitações dos novos

modelos propostos, explicitados em outros encontros posteriores em Quebec em 1984 e Caracas em 1992, a Nova Museologia rompeu com o modelo até então proposto pelo Estado e valorizou de forma profunda a participação comunitária em todo processo museológico, embalada pelos estudos pós-coloniais.

É neste contexto complexo e multifacetado que ocorreu o processo de (re) democratização do Brasil. Em relação à Cultura o processo complexo e nuançado, relacionado a transformações mundiais profundas, levaram a uma verdadeira culturalização da vida social, a politização da cultura (e a culturalização da política) estreitamente vinculada à valorização crescente da memória e, conseqüentemente, do patrimônio, bem como um deslocamento deste que pode ser sintetizada pela mudança de adjetivação: do histórico para o cultural. A nova configuração do campo da Cultura refletir-se-ia na criação de um ministério próprio em 1985 e no texto constitucional de 1988, no qual a Cultura encontrava-se vinculada à cidadania através da expressão “direitos culturais”, além de incorporar uma visão de identidade fundada na diversidade ao referir-se às “[...] manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional”. (BRASIL, 1988):

No que diz respeito ao Turismo, o país entrou no século XXI com um mercado relativamente consolidado, mas visto pelo poder público como potencialmente capaz de integrar esforços de desenvolvimento econômico e social. Isso se refletiu no artigo 180 da Constituição Federal: “A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico.” (BRASIL, 1988). Em termos de organização do Estado, a criação de um Ministério do Turismo em 2003, assim como a transformação da EMBRATUR em instituto voltado à divulgação turística do Brasil no exterior, denotaram iniciativas de planejamento racional do mercado.

3. Turismo e Cultura: Políticas, diretrizes e ações.

Turismo e Cultura tornam-se, hoje, no Brasil, objetos de políticas sistemáticas de médio e longo prazo sistematizadas em Planos Nacionais e outros documentos de diretrizes de ação. Paulatinamente, essas esferas iniciam um diálogo que constitui um campo de intersecção e ação entre elas, voltadas para a organização dos mercados, mas pautadas por marcas ideológicas no tocante às concepções de cultura e identidade, como

se pode verificar no texto do Plano Nacional de Turismo 2003 – 2007. Nele, afirma-se que o Turismo:

[...] atuará como mecanismo instigador de processos criativos, resultando na geração de novos produtos turísticos apoiados na regionalidade, genuinidade e identidade cultural do povo brasileiro, fortalecendo a autoestima nacional e a de nossas comunidades; (PNT 2003-2007).

A noção de ‘genuinidade’ denota uma concepção essencialista, tanto da Cultura como da identidade, o que parece constituir uma linha de leitura da cultura no Brasil. No mesmo PNT, a meta 5.2 apontava para o aumento de “9 milhões o número de turistas estrangeiros”, esforço que exigiria:

[...] uma promoção diferenciada para o mercado internacional, de maneira contínua, difundindo uma nova imagem de país moderno, com credibilidade e com produtos de qualidade, que, além de propiciar o turismo de lazer aos visitantes, deve oferecer oportunidades de negócios, eventos e incentivo. Temos que integrar à esta imagem a essência brasileira, sua cultura, sua diversidade étnica, social e as diferentes regiões do país. (PNT 2003 – 2007).

É interessante sublinhar o discurso que interpela a “essência” da brasilidade, a “diversidade étnica” e regional como elementos de uma imagem de “país moderno”, compondo “produtos de qualidade”. O próprio termo ‘diversidade’ assume registros distintos no documento, confundindo-se com diversificação de produtos:

A oferta do produto turístico Brasileiro tem se caracterizado pela pouca diversidade. Muito do que se tem hoje, colocado para comercialização é dentro de um número restrito de segmentos e em algumas regiões brasileiras.

Estruturar e aumentar esta oferta, colocando no mercado, novos produtos de qualidade, compatíveis com diversidade cultural e contemplando as diferentes regiões brasileiras se constituem um grande desafio. (PNT 2003 – 2007).

O documento Estudos da Competitividade do Turismo Brasileiro: o turismo cultural no Brasil, preparado por especialistas e lançado ainda na gestão do ministro Mares Guia (2003 – 2006), não constituía documento oficial do Ministério, mas, pautando-se em metas do PNT 2003 – 2007, reunia subsídios para a elaboração de estratégias e ações governamentais. O texto, recorrendo explicitamente a referências teóricas no campo dos estudos da cultura como, por exemplo, as ideias do crítico

literário inglês Raymond Williams (embora o autor não apareça nas referências bibliográficas do texto), afirma adotar:

[...] uma definição que vai além daquela que se depreende da concepção de ‘cultura como produto’ e engloba também a dimensão de cultura como processo, no sentido de entrar em contato com um modo de vida distinto daquele que caracteriza seu local de moradia. Mas o que distingue o turismo cultural do de outro tipo é o fato de que a principal motivação do viajante é justamente entrar em contato com essa dimensão cultural do local de destino. (BARBOSA, 2011.)

O documento tenta articular as ideias de “cultura como processo”, e também como “o resultado e as práticas da atividade artística e intelectual” e “como produto”:

Trata-se de uma abordagem antropológica e sociológica que define cultura como o conjunto dos códigos de conduta e do sistema simbólico que caracteriza determinada comunidade. A cultura como produto, por outro lado, diz respeito ao produto da atividade de indivíduos ou grupos que se consubstancia em manifestações artísticas de várias sortes (BARBOSA, 2011, p. 3).

Trata-se de um documento oriundo da esfera do Turismo e que chama a atenção pela sofisticação na tentativa de conceituação da Cultura, aproximando-a das construções elaboradas na esfera própria da cultura e do patrimônio, e que constitui o caminho pelo qual os especialistas definirão como Turismo Cultural:

[...] *aquele no qual o turista tem como principal **motivação** entrar em contato com as manifestações culturais da população alvo, com o objetivo de satisfazer suas próprias necessidades culturais.* (itálico no original - BARBOSA, 2011, P. 4-5.)

Apesar do campo da museologia ganhar corpo dentro do Estado, com a instituição do Departamento de Museus dentro do IPHAN em 2003, que em 2009 foi transformado em Instituto independente, o Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), em seus primeiros documentos e políticas oficiais, como a Política Nacional de Museus, mantiveram quase nenhuma interlocução com o Turismo.

As aproximações entre as esferas em nível federal visando ações conjuntas foram formalizadas no Acordo de Cooperação Técnica 007/2007 celebrado entre os Ministérios da Cultura e do Turismo e o IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, com vistas à “[...] estabelecer relações preferenciais entre os partícipes, buscando a implementação de ações conjuntas para identificar, ordenar, promover e fortalecer a relação entre turismo e cultura no Brasil.” (MTur/MinC, 2007).

Um dos resultados do Acordo foi o lançamento em 2008 do *Programa Nacional de Qualificação dos Museus para o Turismo*, e que apresentava como objetivo geral:

Estruturar os museus localizados nos municípios relacionados aos destinos indutores do desenvolvimento regional, definidos pelo Plano Nacional do Turismo 2007–2010, de forma a torná-los um atrativo aos visitantes e valorizados como equipamento cultural pela comunidade local. (Mtur, s/d).

Este objetivo geral já remetia ao novo Plano Nacional de Turismo (2007 – 2012) e a um de seus macroprogramas: o de Regionalização do Turismo ao qual se vinculava o Projeto Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional, considerando 65 destinos indutores.

No Estatuto de Museus, lei nº 11.904 de 14 de janeiro de 2009, que propunha a regulamentação da atuação dos museus no país, a palavra Turismo apareceu como uma das funções dos museus, mesmo que o restante do documento ainda não sinalizasse para uma metodologia ou indicativo para se trabalhar com Turismo.

Em 2010, a Lei 2.343 aprovou o Plano Nacional de Cultura. Em seu capítulo IV, o PNC 2010 trata da relação entre cultura e desenvolvimento socioeconômico, e entre as estratégias e ações neste item encontramos aquelas que buscam: “Aprofundar a inter-relação entre cultura e turismo gerando benefícios e sustentabilidade para ambos os setores.” No Plano Setorial de Museus, documento que corroborou para a estruturação do Plano Nacional de Cultura, o Instituto de Museus, prevê nos eixos III e IV as prerrogativas do desenvolvimento sustentável e da economia criativa, o elo sinalizador para uma possível relação entre museus, cultura e turismo.

Ainda em relação ao Turismo, o PNC de dica o item 4.7 das “Estratégias e ações” para: “Aprofundar a inter-relação entre cultura e turismo gerando benefícios e sustentabilidade para ambos os setores”. Esse item, por sua vez, desdobra-se em oito subitens⁶, nos quais o escopo de iniciativas previstas vai desde o marketing e o

⁶ 4.7.1 Instituir programas integrados de mapeamento do potencial turístico cultural, bem como de promoção, divulgação e marketing de produtos, contextos urbanos, destinos e roteiros turísticos culturais.

4.7.2 Envolver os órgãos, gestores e empresários de turismo no planejamento e comunicação com equipamentos culturais, promovendo espaços de difusão de atividades culturais para fins turísticos.

4.7.3 Qualificar os ambientes turísticos com mobiliário urbano e design de espaços públicos que projetem os elementos simbólicos locais de forma competitiva com os padrões internacionais, dando destaque aos potenciais criativos dos contextos visitados.

envolvimento de gestores do turismo no âmbito da cultura até o fomento ao trabalho dos produtores tradicionais locais. Ressalta também a existência de um item dedicado à formação dos profissionais de turismo em áreas do saber voltadas à cultura e às artes.

Em dezembro de 2011 o Ministério do Turismo apresentou um documento com as metas do Plano Nacional de Cultura para 2020. Entre elas, destaca-se para este estudo a de número 10: “Aumento em 15% do impacto dos aspectos culturais na média nacional de competitividade dos destinos turísticos brasileiros”. Esta meta é baseada no mesmo Termo de Cooperação Técnica nº 007/2007. Atualmente este índice é de 55,9 almejando atingir a pontuação de 64,3 até 2020.

O Índice de Competitividade do Turismo Nacional é resultado de levantamentos feitos desde 2007 através de uma metodologia criada pelo Ministério do Turismo, pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e pela Fundação Getúlio Vargas pela Fundação Getúlio Vargas que assessora diretamente as ações do Ministério do Turismo. É uma ação articulada com o Programa de Regionalização e consiste no preenchimento de um questionário que pontua os 65 destinos indutores e 584 municípios de desenvolvimento turístico regional. A escala de pontuação varia de 0 a 100.

As dimensões e as variáveis relacionadas à cultura são assim distribuídas: 1. Infraestrutura, 2. Acesso, Serviços e equipamentos turísticos, 3. Atrativos turísticos (naturais, culturais, eventos programados e realizações técnicas, científicas e artísticas), 4. Marketing e promoção do destino, 5. Políticas públicas, 6. Cooperação regional, 7. Monitoramento, 8. Economia local (aspectos da economia local, infraestrutura de comunicação, infraestrutura de negócios e empreendimentos e eventos alavancadores,).

4.7.4 Fomentar e fortalecer as modalidades de negócios praticadas pelas comunidades locais e pelos residentes em áreas de turismo, fortalecendo os empreendedores tradicionais em sua inserção nas dinâmicas comerciais estabelecidas pelo turismo.

4.7.5 Realizar campanhas e desenvolver programas com foco na formação, informação e educação do turista para difundir adequadamente a importância do patrimônio cultural existente, estimulando a comunicação dos valores, o respeito e o zelo pelos locais visitados.

4.7.6 Fomentar programas integrados de formação e capacitação sobre arte, arquitetura, patrimônio histórico, patrimônio imaterial, antropologia e diversidade cultural para os profissionais que atuam no turismo.

4.7.7 Inserir os produtores culturais, os criadores e artistas nas estratégias de qualificação e promoção do turismo, assegurando a valorização cultural dos locais e ambientes turísticos.

4.7.8 Desenvolver metodologias de mensuração dos impactos do turismo na cultura, no contexto dos Municípios brasileiros e das capitais.

9. Capacidade empresarial, 10. Aspectos sociais, ambientais e culturais (produção cultural associada ao turismo, patrimônio histórico e cultural e estrutura municipal de apoio à cultura.)

Para o cálculo do índice em relação aos aspectos culturais, a metodologia considera: “[...] os bens do patrimônio cultural, material e imaterial, reconhecidos pelas instituições públicas de proteção e salvaguarda, ou deles derivados, para o quais se identifica a presença de fluxos turísticos permanentes.” Como unidades de análise consideram-se “as Festas Populares e os Sítios Históricos.” (BARBOSA, 2011).

Para alcançar esta meta outras metas também precisam ser alcançadas como: “Criação e modernização de equipamentos culturais” (Metas 31 e 34); “Capacitação de gestores (Metas 35 e 36)”;

“Aumento na quantidade de cidades com grupos artísticos” (Meta 22); “Circulação de espetáculos e atividades artísticas” (Meta 24); “100% das Unidades da Federação e 20% dos municípios, sendo 100% das capitais e 100% dos municípios com mais de 500 mil habitantes, com secretarias de cultura exclusivas instaladas (Meta 37), já que é comum a área da cultura ser administrada por secretarias que incorporam outras atividades, como o próprio Turismo, a Educação, o Comércio e outras.

A partir de 2011 organizou-se os primeiros roteiros de Turismo Cultural dentro da segmentação dos Museus como o Roteiro proposto pelo IBRAM para o Rio + 20 e o Circuito Verde de Museus do IBRAM no Rio de Janeiro. Ambas as propostas demonstram claramente a iniciativa de um delineamento para aproveitamento por parte dos Museus dos grandes eventos que o Turismo tem na agenda, como a Copa e as Olimpíadas.

4. Considerações finais

Os documentos analisados acima demonstram uma tentativa de aproximação inédita na história do país entre Turismo e Cultura no que diz respeito às Políticas Públicas, estratégias e ações desenhadas a partir do Governo Federal. Percebe-se, assim, uma nova postura do poder público para a estruturação de um mercado que tem como viés as relações entre Cultura e Turismo, sinalizando seu acompanhamento a tendência das economias modernas de inserção do seu patrimônio material e imaterial em pauta nas estratégias de desenvolvimento social e econômico.

Do ponto de vista das concepções de fundo, a Cultura é apresentada como diversidade, como campo de múltiplas identidades que, por um lado, já não é mais a sinalizadora de uma identidade nacional unívoca, mas, por outro, não abre mão da ideia de unidade, esta se realizando na própria diversidade. Assim, o Estado atualiza os termos de seu papel ideológico unificador. Ainda em relação à Cultura, a questão ‘local’, associada à tradição e aos pequenos produtores populares, aparece como potencialidade de desenvolvimento social, interpelando, a partir do Estado, as minorias e outros grupos étnicos como agentes deste desenvolvimento.

A ideia de desenvolvimento local aparece com mais intensidade nos documentos relacionados ao Turismo, não obstante, caracterizar-se por discursos que tentam articular Cultura e Mercado, no qual a primeira tem seus produtos associados a atrativos mensuráveis racionalmente.

O balanço efetivo das estratégias e ações delineadas nas intersecções entre Cultura e Turismo ainda carecem de tempo para serem analisadas, para além dos documentos, em seus desdobramentos práticos.

Referências:

ARAUJO, Macelo Mattos; BRUNO, Maria Cristina Oliveira (Org.). **A Memória do Pensamento Museológico Contemporâneo: documentos e depoimentos.** Rio de Janeiro: Comitê Brasileiro do Icom, 1995.

BARBOSA, Luiz Gustavo Medeiros (Org). **Estudo de competitividade de produtos turísticos.** Brasília, DF: SEBRAE, 2011.

BRASIL, Lei nº 11.914 de 14 de janeiro de 2009. Institui o Estatuto de Museus e dá outras providências.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 10ª Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna.** 12ª Ed. São Paulo: Loyola, 2003.

MINISTÉRIO DO TURISMO; MINISTÉRIO DA CULTURA. Acordo de Cooperação Técnica Nº 007/2007. 5f.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Plano Nacional de Turismo 2007/2010.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Plano Nacional de Turismo 2003/2007.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Plano Nacional de Cultura 2010.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Metas do Plano Nacional de Cultura 2011.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Estudos da Competitividade do Turismo Brasileiro: o turismo cultural no Brasil. S/D. 115f.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. 2ª Ed. São Paulo: Brasiliense, 1986.

SANTOS, Rafael Jose Dos; GAYER, Priscila. Imagens de um País: da Mestiçagem à “Marca Brasil”. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2006, Brasília. **Anais INTERCOM**. Brasília: Unb, 2006.