

O desenvolvimento de uma rota turística no litoral leste do estado do Ceará (Brasil) ancorada em paisagens culturais.

The development of a tourist route in the eastern coast of the state of Ceará (Brazil) anchored in cultural landscapes.

Conceição Malveira Diógenes

Instituto Federal do Ceará, Brasil / Universidade de Coimbra.

conceicaomdiogenes@gmail.com

ORCID: 0000-0001-5024-9355

Norberto Pinto dos Santos

Departamento de Geografia e Turismo. Faculdade de Letras. Universidade de Coimbra

norgeo@ci.uc.pt

ORCID: 0000-0003-1752-9990

Pedro de Alcântara Bittencourt César

Universidade de Caxias do Sul, Brasil

pabcesar@ucs.br

ORCID: 0000-0001-6096-9209

Resumo:

Este estudo se propõe a analisar a viabilidade para a implantação de uma rota turística ancorada em paisagens culturais do Ceará, nordeste brasileiro. Os dois municípios estudados, Aquiraz e Aracati, estão localizados na costa leste de Fortaleza, capital do estado e principal portão de entrada para os turistas. Os destinos consolidaram-se no segmento de lazer, não trabalham o turismo cultural como um produto principal e/ ou como produto complementar à oferta existente. Identifica-se como ter cultura, dominar conhecimentos e habilidades que permitem que pessoas compreendam e desfrutem de bens sofisticados, como obras de arte, literatura instruída, espetáculos teatrais e saberes e fazeres de um grupo de um determinado lugar. As viagens, voltadas para atrações culturais, são, portanto, oportunidades para se conhecer os berços culturais. O Ceará explora majoritariamente a praia como produto turístico. O patrimônio histórico material e imaterial dos municípios estudados seria, portanto, uma forma de diferenciação, dando visibilidade à expressão cultural local. Aquiraz foi a primeira capital do estado, ocupa uma área territorial de aproximadamente 481 km², sendo 30 quilômetros de praia. As mais conhecidas são Porto das Dunas (Beach Park) e Iguape. Registra-se em seu território a existência de quilombola e de uma tribo indígena. Aracati, com casas azulejadas construídas às margens do Rio Jaguaribe, desenvolveu-se sobre a influência da Igreja Católica, com vocação comercial e exportadora e sob a égide do poder econômico dos coronéis de gado, sendo uma das mais importantes aglomerações urbanas do estado nos séculos XVIII e XIX. A praia mais conhecida é Canoa Quebrada. A integração dos dois destinos, pensados de forma integrada e colaborativa, possibilitaria o desenvolvimento de novas práticas turísticas, atribuindo novos significados e usos aos espaços e ao patrimônio histórico.

Palavras-chave: Rotas turísticas; Paisagens culturais; Território.

Abstract:

This study aims to analyze the viability to implement a tourist route anchored on Ceará's cultural landscapes in the Northeast of Brazil. The two studied municipalities, Aquiraz and Aracati, are located on the east coast of Fortaleza, the capital of the state and the main entrance gate for tourists. These destinations have consolidated themselves in the recreational sector. The cultural tourism does not work as the main product or as a complement to the offered one. It is identified how having culture, mastering knowledge and skills enable people to understand and enjoy sophisticated goods, like works of art, instructed literature, plays, know-hows and doings of a group of a particular place. Thus, cultural attraction orientated trips are opportunities to get to know the cradles of culture. Ceará explores the beach as its main tourist product. The material and immaterial heritage of the studied municipalities would, therefore, be a way of differentiation, promoting local cultural expression. Aquiraz was the first capital of the state with a territorial area of about 481 Km² and 30 km of beaches. The most known beaches are Porto das Dunas (Beach Park) and Iguape. There is also one quilombola

and one indigenous tribe in its territory. Aracati, with its tiled houses built on the shores of the Jaraguarede river, developed under the influence of the Catholic Church with a commercial and exporting orientation under the auspices of the economic power of cattle colonels, was one of the most important urban centers of the state throughout XVIII and XIX centuries. Its best-known beach is Canoa Quebrada. The inclusion of these two destinations, envisioned in an integrated and collaborative way, would allow the development of new tourist activities, assigning new meanings, and usages to spaces and to the historical heritage.

Keywords: Tourist route; Cultural landscape; Territory.

Introdução

Este trabalho tem por objetivo propor a implantação de uma rota turística ancorada na existência de paisagens culturais do Ceará no nordeste brasileiro. Os municípios estudados, Aquiraz e Aracati, estão localizados no litoral leste de Fortaleza, capital e principal portão de entrada. Sendo destinos turísticos consolidados no segmento de lazer e que não desenvolvem o potencial de associação do turismo de lazer com o turismo cultural. A Figura 1 apresenta o mapa de localização dos municípios e destaca a Vila de Canoa Quebrada, o principal atrativo de Aracati.

A pesquisa apresentada neste artigo encontra-se em desenvolvimento. Inicialmente se realizou um levantamento bibliográfico dos pilares conceituais do trabalho, questões como cultura, patrimônio e turismo foram levantadas para uma revisão da literatura. Em uma segunda fase, realizou-se a seleção do recorte territorial para a criação de uma rota turística valorizando aspectos da cultura e do patrimônio. Posteriormente, em uma terceira fase, serão realizadas atividades de campo, com visitas às comunidades para análise do patrimônio imaterial, escuta das múltiplas vozes e análises sobre a viabilidade da rota para essas comunidades. Por fim, realizaremos uma leitura das múltiplas realidades estudadas e o mapeamento das áreas.

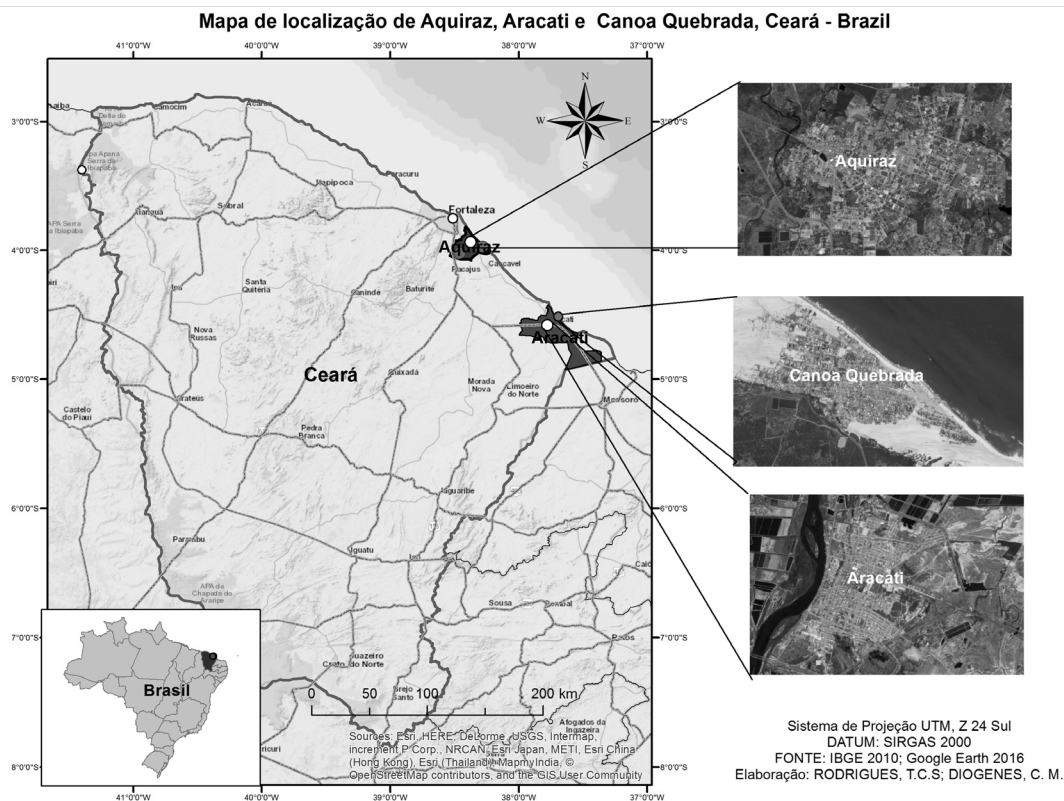


Figura 1

Mapa de localização dos destinos turísticos

Elaboração: Rodrigues, T. C. S. e Diógenes, C. M. com base em dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2010) e de Google Earth.

O trabalho está dividido em quatro partes. A primeira apresenta ao leitor a temática. A segunda, conceitua cultura, patrimônio e turismo. Posteriormente, apresenta-se o processo de desenvolvimento do turismo no Ceará, a partir de sua gênese. A quarta parte, tem por objetivo apresentar o território estudado e demonstrar suas potencialidades para o desenvolvimento do turismo cultural.

Formadas as bases conceituais sobre cultura, patrimônio, e desenvolvimento turístico, buscamos construir uma proposta de rota turística ancorada nestes traços. Idealizada para inserir atores sociais dispersos e isolados nos territórios.

Cultura e sociedade

A cultura pode ter diversas abordagens. Assim, segundo Neves (2003: 50), o senso comum identifica como ter cultura, “o domínio de certos conhecimentos e habilidades que permitem a algumas pessoas compreender e usufruir de bens ditos superiores, como obras de arte, literatura erudita, espetáculos teatrais etc.”. A este panorama geral agrega-se o pensamento do antropólogo Geertz (2015) ao explicar que em um dado momento da evolução humana passamos a ser capazes de agir como recetores e transmissores, iniciando o processo de acumulação de cultura, sendo esta acumulação definidora de caminhos.

Os conceitos e definições de cultura variam de acordo com a abordagem aplicada. Segundo Pérez (2009) pode-se, por exemplo, em uma perspectiva antropológica, associar a cultura a um modo de vida. A noção sociológica, aborda a cultura como campo do conhecimento de grupos humanos, preocupando-se com a produção e o consumo de atividades culturais. A estética estuda a cultura, através da aproximação com a música, a literatura, o teatro e outras expressões relacionadas às belas artes.

Martins (2003: 44) entende que a cultura “refere-se às obras dos homens, portanto, aos conteúdos e símbolos que governam essas relações e que dão significado e continuidade à ação social”. Para o autor, os conceitos de sociedade e de cultura são indissociáveis, devendo-se unir os dois termos como forma de facilitar o entendimento tanto do termo sociedade como da cultura, dessa forma sociedade seria:

“Um conjunto de indivíduos identificados como membros de um grupo social, que inclui minimamente a ambos os sexos e a diferentes gerações, ou a uma família realizando o processo social total, ou a

várias famílias nucleares desenvolvendo relações orgânicas comuns” (Martins, 2003: 44).

Castoriadis (1982: 404) amplia a ideia apresentada ao afirmar que a sociedade “faz ser um mundo de significações e é ela própria por referência a um tal mundo. Sendo o que unifica uma sociedade a unidade de seu mundo de significações. Ela se institui instituindo um mundo de significações.” São essas significações, marcas de um tempo em um determinado espaço, que atraem os olhares dos turistas. Esse olhar volta-se para a cultura do outro, repleto de estranhezas, mas sedento de seus saberes.

Gastal (2002: 69) acrescenta que atualmente, “a cultura foi além da visão romântica de intelectuais como Haulot, que viam nela a ‘beleza do mundo’, para se tornar um consistente fator econômico nas suas diferentes manifestações.” Rolnik e Pinheiro (2005) seguindo a mesma corrente de pensamentos defendem a evolução dos conceitos e afirmam que a noção de cultura passa por transformações, deixando de ser relacionada apenas a cultura erudita ou as belas artes, passando a incorporar as manifestações populares e a moderna cultura de massa.

Alguns pesquisadores têm buscado entender a cultura e seus usos culturais. Nesta perspectiva Gastal (2002: 69) afirma que, para o turismo, a cultura deixou de ser apenas motivadora da viagem, passando a ser o eixo que envolve a formatação dos produtos e o planejamento dos destinos. A cultura compõe o produto turístico e sua preservação faz parte dos impactos positivos verificados. E como somos filhos do nosso tempo como afirma Castoriadis (1982), convém compreender o turismo enquanto fenômeno e traço cultural na sociedade atual.

2.1 O turismo cultural: do nascimento dos mercados de massa ao consumo emocional

Sabe-se que o turismo cultural é um dos segmentos que mais cresce na contemporaneidade. A busca por conhecer o mundo do outro, descobrir outras manifestações culturais e observar no patrimônio janelas da história, faz com que os turistas dos dias atuais, de alguma forma, se diferenciem dos turistas tradicionais. Na lista dos dez países mais visitados do mundo (UNWT, 2016) observa-se o destaque das destinações que tem forte apelo aos atrativos culturais. Entre os dez países mais visitados, os sete são: França (1º), Espanha (3º), Itália (5º), Turquia (6º), Alemanha (7º), Reino Unido (8º) e Rússia (10º), indicando uma clara busca por destinos turísticos que valorizam a história, a cultura e o patrimô-

nio. Apenas dois países associam outras estratégias para o desenvolvimento turístico, os Estados Unidos (2º) com seus parques temáticos, cassinos e urbes modernas e o México (9º) que apesar de sua forte diferenciação cultural, ainda tem sua imagem muito associada ao sol, a praia e aos resorts.

De acordo com Lipovetsky (2017), podemos dividir o consumo em três fases distintas a partir dos processos de compras. Essas fases, no entanto, não ocorrem da mesma forma e ao mesmo tempo em todos os lugares, sendo possível observar características da primeira e da segunda fase ainda nos dias atuais de acordo com o desenvolvimento do espaço observado. Na primeira fase, iniciada nos anos 1880 estendendo-se até fim da Segunda Guerra Mundial, nasce o mercado de massa, há uma expansão da produção, seguindo princípios da organização científica do trabalho, criam-se as marcas e há uma democratização do desejo e o *consumo-distração* de que o turismo tanto necessita para se desenvolver.

Urry (2001) explica que as viagens, antes da expansão do consumo, eram socialmente seletivas e indicavam um *status* social. E cita o caso dos Balneários Ingleses que na segunda metade do século XIX, começam a ser visitados pela classe trabalhadora das pequenas e grandes cidades industriais. O primeiro exemplo de turismo de massas é, portanto, doméstico, praticado pela classe trabalhadora; valorizava o consumo, a distração e não estava associado ao aprendizado ou a trocas culturais. Diferencia-se completamente do *modus* viajante das classes econômicas dominantes.

A segunda fase começa por volta dos anos de 1950, ou seja, está associado aos novos valores sociais definidos na reestruturação do mundo ocidental pós Segunda Grande Guerra, prologando-se apenas até o final dos anos de 1970. Lipovetsky (2017) acredita que é neste momento que se chega ao modelo puro da sociedade do consumo de massa ou sociedade da abundância, onde há um alargamento do poder de compra, cresce o modo de vida que busca o lazer e as férias como forma de realização. Impera, nesse

momento, os princípios da sedução efêmera, inicia-se a segmentação de mercado e há a criação de necessidades artificiais. O princípio do trabalho-sacrifício é gradualmente substituído pelo desejo crônico. Os avanços tecnológicos, o avanço dos meios de comunicação e o encurtamento das distâncias, acabam por finalmente popularizar as viagens, fazendo com que um maior número de viajantes queira ostentar o *status* social de turistas. Nessa fase surgem novos destinos turísticos, fora da centralidade europeia, os destinos exóticos e ligados ao turismo étnico ganham força em países periféricos.

Na última fase, segundo Lipovetsky (2017) se inicia a partir do final dos anos de 1970 e estende-se até os dias atuais. Nesse momento o consumo deixa de estar relacionado ao *status* e passa a ser interpretado como uma lógica de diferenciação social, existe uma pressão contínua por preenchimento de valores. As referências de conforto, lazer, modelo de consumo do tipo individualista não são mais tão representativas, mas mantem o potencial de prestígio. A era do *hiperconsumo* requer objetos para *viver*, mais do que para *exibir*, cria-se o valor experimental e esse é o cenário ideal para o turismo cultural, uma vez que a curiosidade se torna *uma paixão das massas*, os artigos comprados, assim como as viagens realizadas, criam uma identidade individual, revelando personalidades a partir das compras.

O consumo emocional proporciona aos consumidores/turistas uma diversidade de experiências, tais como: afetivas, visitar regiões dos antepassados; imaginárias, ilustra a vida das cortes e realezas de períodos históricos; e sensoriais, sentir o cheiro das catacumbas, a forma de elaboração tradicional de alimentos (denominações de origem, comida patrimônio), criando-se as aventuras sensoriais.

Na terceira fase do consumo, na fase do consumo emocional ou experimental, Urry (2001: 117) defende que “a cultura passou a ocupar uma posição mais destacada na organização das sociedades atuais, cuja cultura contemporânea pode ser caracterizada pelo menos em parte como pós-moderna.” O olhar do turista passou por transformações tanto pela massificação da comunicação, como pela problematização da realidade. Ainda este sociólogo explica que “as formas culturais pós-modernas não são consumidas em um estado de contemplação [...]. A cultura pós-moderna afeta os espectadores através do seu impacto imediato, por meio daquilo que ela faz por alguém, através de regimes de prazer e não das propriedades formais do material estético” (Urry, 2001: 20).

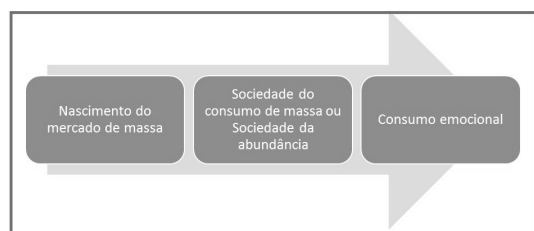


Figura 2

As fases do consumo

Fonte: Adaptado de Lipovetsky (2017).

É importante ressaltar que ao utilizar o termo pós-modernidade, não se busca um alinhamento teórico com Molina (2003) e com o surgimento do pós-turismo defendido pelo autor. O pós-turismo pressupõe o desinteresse pelas culturas locais, a reconstrução de ambientes em sistemas fechados e produtos turísticos que não utilizam recursos naturais ou culturais. A terceira fase do consumo pressupõe a experimentação, o consumo emocional e baseado nos sentidos. Dificilmente a criação de realidades artificiais despertaria esse tipo de consumidor. O ponto em comum entre as duas linhas de estudo diz respeito ao desafio dos países em desenvolvimento de competirem com os novos destinos que surgem desse fenômeno do pós-turismo. Uma vez que segundo o próprio Molina (2003) o turismo que busca autenticidade, valorização de atrativos naturais e culturais e um sentido de lugar, de identidade se distanciam do que o autor define como uma tendência para a atividade turística.

Ciente da complexidade de instituir-se um único modelo de desenvolvimento do turismo diante da diversidade do mundo e dos desejos dos turistas e dos interesses dos destinos ou espaços turísticos, ressaltamos a importância de pensarmos modos de desenvolvimento adequados às comunidades e pensados pelos diversos atores. As críticas às práticas de turismo cultural vigentes passam pela concentração do fluxo em áreas de preservação, por questões como a sazonalidade, banalização de espaços sagrados, criação de guetos de turismo, onde circulam exclusivamente turistas e profissionais do setor. Mas se pensarmos o turismo como uma atividade cultural da contemporaneidade, teremos que fazer reflexões mais profundas sobre os usos dos patrimônios.

O turismo e o patrimônio

Ao pensarmos os usos do patrimônio em uma rota turística, precisamos refletir sobre seus conceitos e sobre sua importância para a atividade. De acordo com a Convenção para Proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural (1972), o patrimônio é principalmente um bem revertido de especial interesse, deixando evidente em seu primeiro e segundo artigos a diferença entre o patrimônio natural e cultural. Neste trabalho, seguiremos a ideia de Santana (2009), que defende a necessidade de trabalharmos o patrimônio de forma integrada e multidisciplinar, seja ele natural, cultural, material ou imaterial. O patrimônio, entendido como herança, tem muitas funções e entre essas funções que podem ser identificadas nos objetos antigos está, sem dúvida,

a de significar: significar o tempo. Não o *Chronos*, aquele que se costuma medir no cotidiano, o tempo cíclico: os dias, as horas, as marés, mas o tempo mudança, o não linear, o tempo *Kairós*. O tempo irreversível. Preservar esses objetos projetando, portanto, a rapidez e a diferença da mudança, ou a presença da transformação que se opera nos objetos e seus ambientes parece ser uma necessidade reconhecida (Mello Neto, 1983). Assim, entendemos o desejo da humanidade de eleger objetos, edificações e monumentos como significantes do tempo, como representantes da história ou mesmo como símbolos das transformações sociais e políticas.

A ideia de patrimônio, associada a cultura, se faz presente desde as sociedades tribais, não sendo uma criação da sociedade moderna ocidental. Choay (2010: 15) explica ainda que “a noção de monumentos históricos e as práticas de conservação que lhes estão associadas expandiram-se para fora da Europa, onde tinham nascido e que tinham permanecido durante muito tempo o seu território exclusivo.” Na Europa, “no atual contexto de (re) descoberta dos territórios, o patrimônio [...], constitui o fulcro de preocupações estéticas e vivenciais das populações da pós-modernidade, destaca-se como recurso de elevado significado, capaz de configurar vias complementares ou alternativas de desenvolvimento.” (Carvalho, 2012: 62)

Segundo Gonçalves (2010) as categorias do patrimônio, entendido como um conjunto de valores, são delimitadas, podendo ser econômico/financeiro, cultural ou natural, não tendo havido sempre essa segmentação. Recentemente, passou-se a qualificar o patrimônio como material ou tangível, para os bens de pedra e cal e imaterial ou intangível, para os aspectos culturais e sociais. Choay (2010) explica que se associa a palavra patrimônio uma série de adjetivos, requalificando-a e tornando-a uma palavra de semântica nômada.

Por patrimônio cultural material se entende:

- Os bens, qualquer que seja sua origem e proprietário, que as autoridades nacionais, por motivos religiosos ou profanos, sejam especificamente importantes para a arqueologia, a pré-história, a história, a literatura, a arte, a ciência e que pertençam as seguintes categorias;
- As coleções e exemplares raros de zoologia, botânica, mineralogia, anatomia e os objetos de interesse paleontológico;
- Os bens relacionados com a história, inclusive com a história da ciência e das técnicas, a história militar e a história social, assim como

com a vida dos dirigentes, pensadores, sábios e artistas nacionais e com os acontecimentos de importância nacional;

- O produto das escavações (tanto autorizadas como clandestinas) e dos descobrimentos arqueológicos;
- Os elementos procedentes do desmembramento de monumentos artísticos ou históricos e de lugares de interesse arqueológico;
- Antiguidades que tenham mais de 100 anos, tais como inscrições, moedas e selos gravados;
- Material etnológico;
- Manuscritos raros e, livros antigos, documentos e publicações antigas de interesse especial (histórico, artístico, científico, literário, etc.) soltos ou em coleções;
- Selos de correio, selos fiscais e análogos, soltos ou em coleções;
- Arquivos, incluídos os fonográficos, fotográficos e cinematográficos;
- Objetos de mobiliário que tenham mais de 100 anos e instrumentos de música antigos. (ICOMOS, 2008: 4).

Os bens de interesse artístico, tais como:

- Quadros, pinturas e desenhos feitos inteiramente à mão sobre qualquer suporte e em qualquer material (com exceção dos desenhos industriais e dos artigos manufaturados decorados à mão);
- Produções originais de estátuas de arte e de escultura em qualquer material;
- Gravados, estampas e litografias originais;
- Conjuntos artísticos e obras montadas originais em qualquer material. (ICOMOS, 2008: 4).

Já por património cultural imaterial se entendem:

- Usos, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - juntamente com os instrumentos, objetos, artefactos e espaços culturais que lhe são inerentes - que as comunidades, os grupos e em alguns casos os indivíduos reconheçam como parte integrante de seu património cultural. Se manifestam nos seguintes âmbitos: (a) tradições e expressões orais, incluindo o idioma como veículo do património cultural imaterial; (b) espetáculos; (c) usos sociais, rituais e atos festivos; (d) conhecimentos e usos relacionados com a natureza e o universo; (e) técnicas artesanais tradicionais (ICOMOS, 2008: 6).

A proposta da rota turística se baseará nos conceitos apresentados, tanto de património material e imaterial e ainda terá elementos do património natural.

O desenvolvimento do turismo no Ceará

As consequências do crescimento do turismo vivenciadas durante o século XX criaram a necessidade de implementação de órgãos governamentais para administrar esse novo setor econômico. Boullón (*apud* Beni, 2006) afirma que na América Latina os trabalhos nessa área se iniciaram nos anos 1970, tendo a maioria dos países elaborado o Plano Nacional de Turismo. O autor afirma que nesse período: [...] a maior parte dos estudos foi encomendada para consultorias estrangeiras ou foi elaborada pelas repartições especializadas de organismos internacionais como a Organização dos Estados Americanos (OEA), o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), a Organização Mundial do Turismo (OMT), ou o Banco Mundial [...]. Uma vez recebidos os relatórios finais, surgiu um novo problema: pôr em prática [...]. Assim, com muitos planos e pouco planejamento, o turismo cresceu na América Latina com os resultados conhecidos por todos (Boullón *apud* Beni, 2006: 12).

No Brasil, no período político vivido entre 1937 e 1945, iniciou-se a proteção dos bens históricos e artísticos e a fiscalização e a comercialização de passagens aéreas. No decorrer dos anos, o turismo foi sendo transferido entre diversas pastas, da Justiça e Negócios, para a Indústria e Comércio, para Desporto e Turismo, para finalmente em 2003 ser criado o Ministério do Turismo (MTUR).

As políticas nacionais de turismo, segundo Beni (2006), nem sempre foram claramente explícitas, além de muitas vezes se restringirem a ações de *marketing* ou promoção. Surgem então os principais problemas decorrentes da atividade, tanto no que diz respeito à infraestrutura quanto aos custos sociais.

Em 1991, ocorre uma primeira grande transformação da política de turismo no Ceará, sendo decretada a junção da EM CETUR com a Companhia de Desenvolvimento Industrial (CDI) e a Companhia Cearense de Mineração (CEMINAS), surgindo uma nova empresa, a Companhia de Desenvolvimento do Ceará (CODITUR).

A Secretaria do Turismo do Ceará (SETUR) foi criada em 12 de junho 1995, através da Lei n.º 12.456, pelo então governador Tasso Ribeiro Jereissati, com a missão de fortalecer o Estado como destino turístico.

co nacional e internacional, de forma sustentável, com foco na geração de emprego e renda, na inclusão social e na melhoria de vida do cearense. Antes da criação de uma pasta específica para a atividade, o turismo era gerido pela Secretaria da Indústria e do Comércio. O turismo no Ceará foi gerido inicialmente pela arquiteta Anya Ribeiro, responsável pela elaboração de documentos norteadores do desenvolvimento turístico no Estado como o Plano de Desenvolvimento do Turismo (PRODETURIS) e o Planejamento Estratégico do Turismo, 1995-2020.

Em 1998 foi assinada a primeira fase do Programa para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR-NE), financiado com recursos do Banco Interamericano de Desenvolvimento, gerido pelo Banco do Nordeste do Brasil (BNB) e executado pelas Unidades Executoras nos estados (UEE). No Ceará, a UEE foi instalada na SETUR e focou investimentos na melhoria da infraestrutura turística dos municípios beneficiados. Em sua primeira fase o Programa não beneficiou os municípios objetos deste estudo, uma vez que suas ações foram realizadas na costa oeste do Ceará. Neste período, iniciou-se a duplicação da rodovia que liga o litoral leste à capital, foram realizadas urbanizações de orlas e sinalização turística. Na segunda etapa do PRODETUR/NE, Aquiraz foi o único município do litoral leste a ser incorporado no escopo do Programa, sob a justificativa de ter sido fortemente impactado pela primeira fase.

A partir de 2011 o Governo do Ceará iniciou a busca para interiorizar o turismo e levar a atividade como uma alternativa para regiões pouco desenvolvidas. A construção dos aeroportos regionais foi a ação mais evidente dessa política, sendo construído um no litoral leste, em Aracati, e um no litoral oeste, em Cruz, ambos em áreas identificadas pelo Ministério do Turismo como destinos indutores do desenvol-

vimento regional. Ressalta-se, no entanto, que os aeroportos ainda não estão em operação.

Em 2012 a Secretaria de Turismo inaugurou um moderno Centro de Eventos, com uma área de 76 mil metros quadrados, divisíveis em 44 salas. Segundo informações do órgão gestor do turismo, o espaço conta com uma infraestrutura inteiramente acessível, seguindo padrões construtivos internacionais. Dados recentes da SETUR (2016:), demonstram que os principais fatores motivadores das viagens para o Estado ainda são o lazer e visitas a parentes e amigos, conforme demonstrado na Figura 3.

No Brasil o grande fluxo turístico é de brasileiros. Fatores como localização geográfica do país e dimensão territorial são citados como justificativa para o pequeno fluxo internacional. Uma publicação recente da Revista Super Interessante, escrita por Betina Neves (2016), questiona *por que ninguém viaja para o Brasil?* Esse questionamento diz respeito ao pequeno número de turistas internacionais. A matéria ressalta a diversidade de atrativos que o país dispõe, sejam naturais ou culturais, mas ressalta que existem entraves para o crescimento do número de visitantes estrangeiros. São eles: a infraestrutura deficitária, o fato de termos uma nação monoglota, e a ausência de estratégias de marketing e de conectividade que deem visibilidade aos produtos brasileiros no mercado internacional. O Ceará, apesar de estar localizado no Nordeste, mais próximo da África, Europa e América Central e do Norte, segue a mesma tendência do restante do país, sendo dependente do fluxo doméstico, conforme demonstrado na Figura 4.

Os principais mercados emissores de turistas para o Ceará, são os estados da própria região nordeste, tais como os vizinhos Rio Grande do Norte e Pernambuco, bem como o estado de São Paulo. Entre os mercados emissores internacionais, Itália e

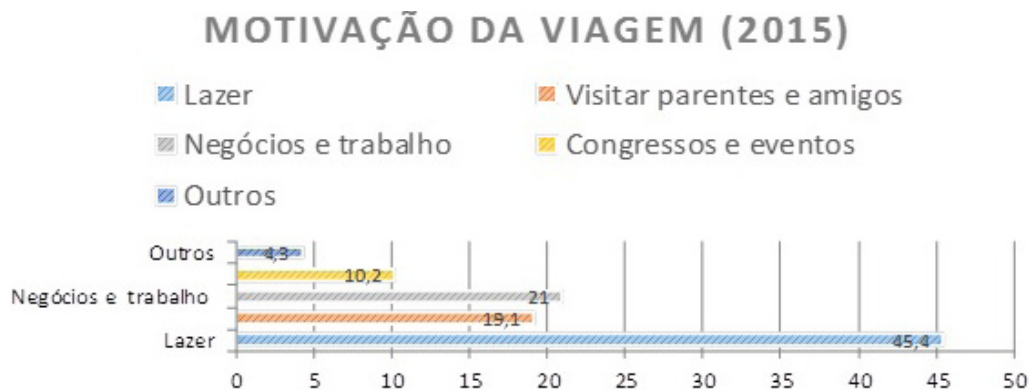


Figura 3

Fatores motivadores das viagens para o Ceará, 2015

Fonte dos dados: Secretaria de Turismo do Estado do Ceará (2016).

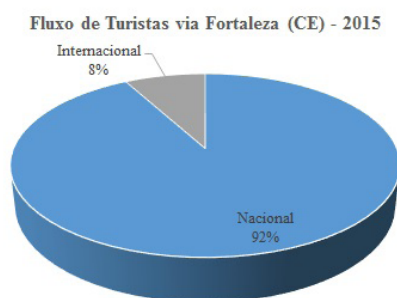


Figura 4
Fluxo de turistas no Ceará via Fortaleza
Fonte dos dados: Secretaria de Turismo do Estado do Ceará (2016).

Portugal apresentam volumes mais significativos. Destaca-se que a empresa Transportes Aéreos Portugueses (TAP) possui voos diários e sem escalas de Lisboa para Fortaleza, com aproximadamente seis horas e meia de duração.

Os governos defendem o turismo como atividade econômica geradora de empregos, distribuidora de renda e capaz de incluir a mão-de-obra local. Ao analisarmos os dados que tratam dos empregos gerados no Ceará, observamos que a grande maioria deles estão ligados a alimentação, seguido pela hospedagem. Os turistas afirmam gastar mais em compras, depois seguidos por alimentação e hospedagem (Figura 6).

Apesar da forte atuação dos órgãos de gestão do turismo no Brasil e no Ceará, observa-se que o foco das ações foi o fortalecimento do segmento de lazer, ancorado no sol e na praia, ficando as ações de preservação do patrimônio histórico material e imaterial desassociadas das políticas de turismo. Apesar de os volumosos investimentos na interiorização e no segmento de negócios e eventos ainda não se percebe, na realidade cearense, um impacto significativo.

A criação de rotas turísticas, com a imagem associada ao turismo cultural, não voltado para a massa, pode contribuir não para o incremento do fluxo turístico, mas para a inclusão de novos atores, para a valorização de aspectos culturais até então adormecidos, e para a diversificação da oferta.

O recorte territorial estudado

O município de Aquiraz - água logo adiante

O município Aquiraz ocupa uma área territorial de aproximadamente 481 km² divididos entre oito distritos, sendo destes, 30 quilômetros de litoral. As

seis praias que fazem parte de seu território são de Oeste para Leste: Porto das Dunas, Prainha, Presídio, Iguape, Barro Preto e Batoque. Possuem um forte apelo paisagístico, o que demonstra a razão pela qual se destaca a prática do segmento de sol e praia no município.

Aquiraz é integrante da Região Metropolitana de Fortaleza (RMF), estando o núcleo central da cidade a apenas 28 quilômetros do Aeroporto Internacional Pinto Martins, construído na primeira fase do PRODETUR/NE, sendo este o principal ponto de embarque e desembarque do Ceará, fato que gera benefícios e impactos para a região.

A SETUR/CE demonstra, através de suas pesquisas de demanda e fluxo, que Aquiraz é dos destinos cearenses mais visitadas nos últimos anos e possui ainda o segundo maior parque hoteleiro.

O município de Aquiraz possui um vasto e rico patrimônio do povo cearense, alguns protegidos pela lei de tombamento, outros em processo de preservação e alguns gritando para serem protegidos. Aquiraz foi à primeira Vila do Ceará, criada em 1699, através de Carta Régia e a primeira capital da Capitania do *Siará-Grande*. Chamava-se Vila São José de Ribamar de Aquiraz, em referência ao padroeiro São José de Ribamar de Botas, em uma clara homenagem aos bandeirantes desbravadores. Em tempos de dominação portuguesa Aquiraz construiu sua história sobre a influência dos jesuítas, dos índios e negros que compunham o cenário da época. Segundo Cavalcante, Sousa e Albino (2005: 43), “no Ceará, os primeiros jesuítas chegaram em 1607, instalando-se na serra da Ibiapaba. Por mais de um século e meio (1606-1759), os jesuítas criaram escolas de ler, escrever e contar nos aldeamentos.”

Onde a globalização massifica, Aquiraz consegue manter traços dos tempos idos. A tribo *Jenipapo-Kanindé*, localizada na lagoa da Encantada, tenta manter suas tradições e crenças, repassá-las aos *cumrumins*, sem deixar de se preocupar com os meios de inserir seu povo no processo de desenvolvimento econômico. A lagoa da Encanta, segundo os índios que ali vivem, seria a guardiã de uma grande cidade de ouro e todos os seus tesouros estariam sob suas águas. Cavalcante, Souza e Albino (2005) afirmam que em 1997, a Fundação Nacional do Índio (FUNAI), realizou estudos e demarcou as terras dos *Jenipapo-Kanindé* que possui dez hectares.

No Ceará existe uma crença de que nesta terra não existem negros, muito menos comunidades quilombolas¹. Tal concepção ignora a existência da

¹ Quilombola é o negro refugiado em quilombo, sendo as comunidades quilombola as que guardam a cultura remanescente do quilombo.

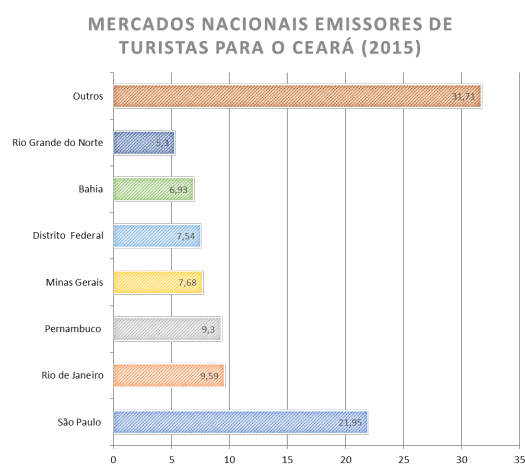
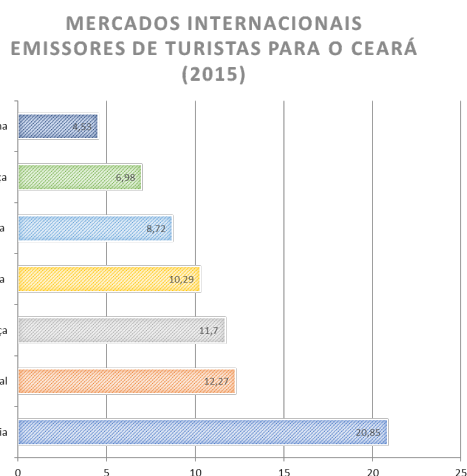


Figura 5
Principais mercados emissores de turistas para o Ceará
Fonte dos dados: Secretaria de Turismo do Estado do Ceará (2016).



EMPREGOS GERADOS PELO TURISMO NO CEARÁ (2015)

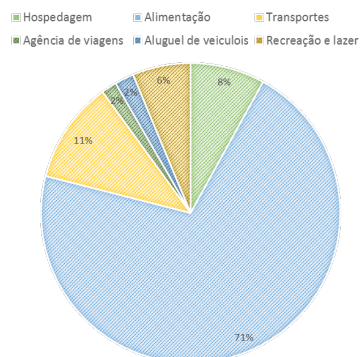
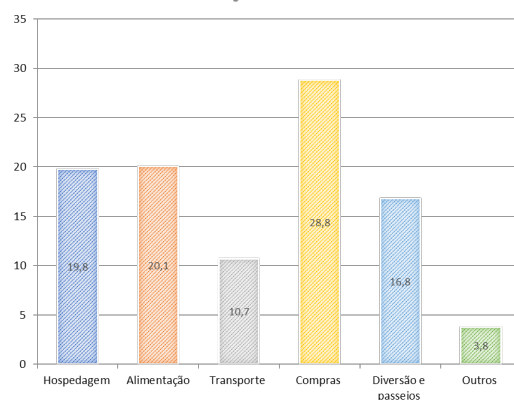


Figura 6
Empregos gerados e a distribuição dos gastos dos turistas no Ceará
Fonte dos dados: Secretaria de Turismo do Estado do Ceará (2016).

DISTRIBUIÇÃO DOS GASTOS



trajetória da população negra, tanto na zona rural como nas principais aglomerações urbanas. Assim, no senso comum da população cearense, não se admite a participação dos negros na sua formação étnica. Em Aquiraz existem duas comunidades na Lagoa do Ramo e Goiabeiras, localizadas no distrito de Serpa, as quais fortalecem a identidade e a autogestão de comunidades quilombolas em nosso Estado (Furtado, 2005).

O primeiro município a compor a rota, Aquiraz, reúne, portanto, traços culturais dos colonizadores portugueses registrados em seu patrimônio histórico arquitetônico, indígena e negro.

O município de Aracati - vento que sopra e alivia os ardores do estio

O segundo município da rota é Aracati. Registra-se que, em 1603, Pero Coelho ergueu, em Aracati, o primeiro forte, e que inicialmente essa localidade era chamada de São José do Porto dos Barcos, passando a Cruz das Almas, posteriormente Santa Cruz de Aracati e, finalmente, Aracati. Escrevia-se Aracaty ou mesmo Aracati, o que para muitos especialistas significava vento que soprava do norte e refrescava os ardores do estio. Os aracatienses, no entanto, a chamam de Terra dos Bons Ventos.

Os documentos históricos levantados por Nobre (1976) apontam que, em 1747, o Rei de Portugal, Dom João V, ordenou que fosse erguida uma vila na foz do Rio Jaguaribe. Registra-se que, nesse período, já havia, no local, o Porto das Barcas, por onde circulavam embarcações de pequeno porte. O ouvidor geral do *Siará Grande* cumpriu a determinação e fundou a Vila de Santa Cruz do Aracati. As fronteiras nesse período eram fluídas, e oficialmente Aracati fazia limite com a vila de Aquiraz e a vila de Icó, sendo este o nascedouro do Rio Jaguaribe, na Serra da Joanhina.

Assim surgiu a cidade de Aracati, com seus casarios construídos às margens do rio Jaguaribe, sob forte influência da Igreja Católica e com vocação comercial e exportadora. Configurou-se, sob a égide do poderio econômico dos coronéis de gado, uma das aglomerações urbanas mais importantes para o Ceará nos séculos XVIII e XIX.

Corrêa e Rosendahl (2015: 61) afirma que as cidades são lugares dotados de singularidade, e assim se diferenciam dos demais. Essa identidade cultural do lugar é expressa de muitas formas nos aspectos sociais. Em Aracati, existem diversas referências históricas que constituem sua identidade e sua singularidade - ressaltamos, no entanto, não haver uma identidade única, uma cultura homogênea que resuma todas as múltiplas expressões desse lugar. Descreve-se, na obra de Le Bosse apud Corrêa e Rosendahl (2015: 226), que a construção da identidade passa pelas heranças e pela preservação de um patrimônio sócio histórico, mas principalmente pela capacidade de um povo de recordar, preservar e perpetuar um passado, surgindo, assim, os “lugares de memória”.

Em Aracati, antigos espaços aparecem com novos usos e novos espaços, com marcas proeminentes que se notabilizam por um padrão turístico (Ferrara 2010). Esses aspectos são associados e potencializam o desenvolvimento de um espaço para a prática do turismo. Um exemplo emblemático da ocorrência desses lugares de memória é o Instituto Museu Jaguaribano, antiga residência que evidencia reminiscências de um passado de apogeu econômico e de fortes amálgamas com o Vale do Jaguaribe.

Apenas no século XX, mais especificamente a partir dos anos 1970, novos olhares foram lançados sobre esse espaço. Dessa vez, o foco seria o litoral e não mais a sede do município. Então, começa a se desenvolver uma nova fração do espaço no município de Aracati, outros aspectos da paisagem passam a ser valorizados, sendo ressignificados, e um novo ciclo de relações se iniciou, novas redes de relações

foram constituídas. Ao invés dos antigos vínculos estabelecidos com o sertão, as relações agora eram formadas com escalas geográficas mais amplas.

Aproximações e distanciamentos entre Aquiraz e Aracati

Das fundações oficiais dos municípios estudados, aos dias atuais, Aquiraz e Aracati foram construindo suas histórias, estabelecendo pontos de contato, mas também de distanciamento, quer seja por características socio-espaciais, quer pela especialização produtiva local. No passado, na fase colonial, onde a divisão político-administrativa era ditada pelas sesmarias, esses dois territórios faziam limite. Com a passar dos anos e em função das transformações políticas administrativas, os espaços foram sendo gradualmente divididos. Atualmente, existem cinco municípios entre Aquiraz e Aracati.

De acordo com dados divulgados em 2016 pelo Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE), a população de Aquiraz é de aproximadamente 72.628 habitantes, sendo que 92,37% dessa população vive em áreas urbanas e apenas 7,63% vive em áreas rurais. Já em Aracati, a população é de aproximadamente 69.159, com 63,67% da população em áreas urbanas e 36,33% em áreas rurais. A Quadro I, apresenta um resumo do perfil básico dos dois municípios estudados e busca apresentar as realidades.

Aquiraz se localiza na Região Metropolitana de Fortaleza e a proximidade com a capital, principal portão de entrada dos turistas, traz vantagens e desvantagens para o município. Dentre as vantagens, podemos citar o uso de serviços públicos e as boas vias de acesso que facilitam a distribuição de produtos e serviços. Entre as desvantagens, podemos refletir sobre a imagem do destino, que não consegue se desassociar de Fortaleza, sendo seus produtos comercializados como parte do pacote da capital ou como produtos complementares. A ocupação dos postos de trabalho por profissionais da capital e a aquisição de produtos fora da comunidade também são citados como problemas causados pela proximidade pela população local. Se observarmos o Quadro I, perceberemos que a renda *per capita* é superior à de Aracati, havendo um setor industrial e de serviços levemente mais forte, no entanto. O índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é inferior ao do município mais afastado da zona de influência de Fortaleza.

Do ponto de vista do desenvolvimento da atividade turística os distanciamentos entre as áreas

Quadro I

Perfil básico dos municípios de Aquiraz e Aracati

	Aquiraz	Aracati
Ano de criação	1699	1747
Toponímia	Gentio da terra / água logo adiante	Vento que sopra do norte e refresca os ardores do estio
Área absoluta	480,976 Km²	1.229,19 Km²
Distância em linha reta da capital (Fortaleza)	21 Km	122 Km
População residente	46.305	69.159
IDH	0,641 (33ª)	0,655 (20ª)
PIB per capita	18.749,00	13.956,00
PIB por setor	Agronegócio 7,10% Indústria 34,70% Serviços 56,20%	Agronegócio 10,84% Indústria 30,69% Serviços 58,47%

Fonte dos dados: Perfil do Município de Aracati e Perfil do Município de Aquiraz - IPECE (2016).

Quadro II

Demanda de turistas para os destinos turísticos de Aquiraz e Aracati

	Porcentagem na demanda em relação ao Estado	Número de turistas	Permanência
Aquiraz	12,02	402.046	6,80
Aracati	9,49	314.564	5,10
Ceará	100,00	3.343.815	10,70

Fonte dos dados: Secretaria de Turismo do Estado do Ceará (2016).

Quadro III

Oferta dos meios de hospedagem de Aquiraz e Aracati

Oferta hoteleira	Meios de hospedagem	Unidades habitacionais	Leitos	Percentual em relação à oferta hoteleira
Aquiraz	39	1.437	4.473	3,30
Aracati	88	1.207	3.102	7,57
Ceará	1.161	28.733	74.748	100,00

Fonte dos dados: Secretaria de Turismo do Estado do Ceará (2016).

se evidenciam. O primeiro destino turístico de Aquiraz, se desenvolve a partir da década de 1970, quando a localidade da Prainha começa a ser utilizada como lugar de veraneio pelos residentes de Fortaleza. Só posteriormente (1989) surge o *Beach Park*, produto principal, transformando-se em um grande atrativo do lugar. Não são exclusivamente o sol e a praia a mobilizar os fluxos; associado a eles, o Parque faz o papel de produto âncora, atraindo uma grande quantidade de outros empreendimentos para as suas proximidades. De acordo com dados divulgados pela Secretaria Estadual do Turismo (SETUR/CE) em 2016, Aquiraz recebeu 12,02% dos turistas do Ceará, conforme demonstrado na Quadro II, sendo que esses turistas permanecem em média 6,8 dias no destino.

Aracati recebe um percentual menor dos turistas que visitam o Ceará, apenas 9,40%, e os visitantes permanecem um tempo inferior, são em média 5 dias. No entanto, se observarmos o Quadro III, perceberemos que a oferta dos dois destinos é muito diferenciada. O parque hoteleiro de Aracati, apesar de maior, tem um número inferior de unidades habitacionais, ou seja, os empreendimentos de Aracati são de médio e pequeno porte, enquanto em Aquiraz, os meios de hospedagem caracterizam-se como de médio e grande porte. Os estudos sobre planejamento e marketing turístico demonstram que, através da caracterização da oferta, podemos traçar um perfil do público-alvo desejado. Aquiraz construiu uma imagem de destino para famílias, com crianças e adolescentes, uma vez que o Parque é o fator motiva-

dor das viagens. Em Aracati a oferta se caracteriza de forma diferente e o perfil do turista atendido também se modifica. O público é essencialmente de jovens solteiros e adultos solteiros e casados, mas sem filhos, totalizando 62,5% dos seus visitantes (Diógenes, 2016). Consta-se que Aquiraz seguiu a tendência dos grandes empreendimentos, atraídos essencialmente pelo empreendimento âncora. Os *resorts* são frequentes na orla do destino, assim como os grandes condomínios que mesclam segunda residência e hotel (tempo compartilhado/*time-sharing*), a exemplo do *Aquaville*. Aracati, e mais especificamente a Vila de Canoa Quebrada, desenvolveu-se seguindo a lógica do *mito do paraíso perdido*, onde os turistas optam por permanecer no destino e encontram o turismo como alternativa para a permanência e subsistência. Ressaltamos que os dados apresentados tratam apenas do número de turistas nos dois destinos, não agregando os quantitativos de excursionistas, prática recorrente nos dois lugares.

Assim, apesar de pertencerem a um mesmo território e de haver uma clara proximidade, o foco no turismo de lazer com o sol e o mar sendo evidenciados, observamos que os destinos turísticos assumem posicionamentos distintos, atuando com um público-alvo diferenciado. As diferenças podem ser resultado de políticas públicas de desenvolvimento do turismo distintas ou, mesmo, do posicionamento adotado pelo setor empresarial.

O desenvolvimento de uma rota turística ancorada no patrimônio histórico dos municípios turísticos de Aquiraz e Aracati

A grande maioria das rotas turísticas, principalmente as religiosas, surgem como resultado de um itinerário praticado, com conexões previamente existentes, tais como os caminhos de peregrinação, rotas comerciais ou mesmo pela existência de antigas estradas que ligavam as cidades. O grande desafio na proposição desta rota é a integração de elementos que não estão previamente em contato. A inter-relação, neste caso, é resultado de um trabalho científico que busca proporcionar aos turistas uma visão plural das múltiplas formas de cultura existentes no território cearense.

De acordo com o relatório do *International Council on Monuments and Sites* (ICOMOS, 2008), existe uma tendência em se reconhecer os itinerários como um novo conceito de patrimônio, uma vez que representam processos interativos, dinâmicos e

evolutivos das relações humanas. Assim, uma rota ancorada na valorização dos aspectos culturais, que reconhece a diversidade das incorporações de povos distintos, pode contribuir para que se lance outros olhares² sobre a história de um povo.

As ideias de itinerário cultural apresentados pelo ICOMOS (2008) trazem reflexões sobre: valores de entorno, escala territorial e valor intrínseco de cada elemento na composição do todo. Assim seguiremos essas ideias para propormos o desenvolvimento dessa rota turística. O visitante possui o olhar de estranhamento ao local visitante, tudo apresenta-se como algo novo e inusitado, quanto mais distante da realidade vivenciada cotidianamente, maior será o estranhamento. Muitas vezes, no entanto, esse distanciamento ocorre também com os que estão próximos fisicamente, mesmo os moradores de uma região, desconhecem a história de formação de seu território.

No Ceará, onde se lê José de Alencar criador de um poema nacional, que apresenta em prosa o mito fundador, terra que foi canário para a Guerra dos Bárbaros, entre indígenas e colonizadores, onde primeiro se aboliu a escravidão dos negros e terra da prisão da heroína republicana Bárbara de Alencar, pouco se fala da riqueza cultural desse povo.

Se culturalmente o povo não despertou para a riqueza cultural de sua história. As estratégias de marketing adotadas também não o fizeram, não evidenciam a cultural local. Na última década, incluíram em sua *carteira de produtos* a serra e o sertão, ressaltando a existência de paisagens distintas do litoral. Mas sem adotar uma postura de valorização da identidade local.

Boullón (2002) entende que o espaço turístico é “consequência da presença e distribuição dos atrativos turísticos” e a rota seria o percurso, ou caminho percorrido entre esses atrativos. Assim, para a concepção dessa rota, associaremos a ideia de Boullón de caminho percorrido, a ideia defendida pelo ICOMOS que explica a importância de pensarmos não apenas em vias históricas de comunicação para conectarmos o patrimônio cultural material e imaterial, mas também em formas plurais e justas de se contar a história.

No caso específico deste estudo de caso, o trajeto apresentado propõe a integração de dois municípios com traços culturais relevantes da identidade cearense e brasileira. No Brasil existem exemplos consolidados de rotas ancoradas em aspectos históricos, como é o caso da Estrada Real e da Rota dos Tropeiros. No nordeste brasileiro busca-se trabalhar

² Saramago em seus *Ensaio sobre a cegueira*.

a ideia de rotas integradas, envolvendo um conjunto de destinos e seus atrativos, muitas vezes em estados distintos da federação, como no caso da Rota das Emoções.

Dessa forma, a integração dos dois destinos, Aquiraz e Aracati, comercializados de forma isolada e sem uma imagem associada ao turismo cultural, possibilitariam o desenvolvimento de novas práticas

Quadro IV

Lista do património material de Aquiraz e Aracati

Município	Nome	Classificação	Descrição
Aquiraz	Mercado de Carne e Lojas Adjacentes	Edificação Protegida pelo IPHAN desde 1984	Arquitetura popular formada por uma construção em planta quadrada com telhado de quatro águas feito em madeiramento de carnaúba de grande efeito plástico apoiado em coluna central de alvenaria e tijolos
Aquiraz	Casa de Câmara e Cadeia (Museu Sacro São José de Ribamar)	Edificação Protegida pelo Governo do estado desde 1983	Pequeno prédio de planta retangular. O primeiro pavimento, que servia de cadeia, foi erguido no século XVIII, com paredes de pedra e cal. O segundo pavimento, onde se reunia a Câmara data da seca de 1877 e foi construído com o fim de fornecer trabalho aos flagelados. Refuncionalizado recebeu o Museu de Arte Sacra
Aquiraz	Igreja Matriz São José de Ribamar	Edificação Protegida pelo IPHAN desde 1984	A Igreja de São José do Ribamar começou a ser erguida no início século XVIII, logo depois de ser expedida em Lisboa (Portugal), em 13 de fevereiro de 1699, a Ordem Régia mandando criar-se uma vila na capitania do Ceará, no lugar Iguaçu, atualmente a cidade de Aquiraz. A partir daí tem início a estruturação urbana onde se estabeleceram os principais edifícios públicos civis, militares e religiosos.
Aquiraz	Casa do Capitão-Mor	Edificação Protegida pelo Governo do estado desde 2006	Construída há cerca de 300 anos. Foi a residência da maior autoridade da capitania durante o século XVIII. Construídas em taipa, a edificação apresenta telhado em duas águas e estrutura em madeira atada com tirar de couro de boi. O madeiramento é em pau d'arco, carnaúba e aroeira, com portas de cedro, piso em tijoleira e arcaicas trameas. As ferragens são todas em ferro batido, de desenho singular. Os portais e as soleiras em pau d'arco.
Aracati	Igreja Matriz de Nossa Senhora do Rosário	Tombado pelo IPHAN desde 2001 Inclui todo o acervo	Construída a partir de 1761. Igreja possui algumas imagens e mesa de comunhão em jacarandá, uma bandeira da porta do batistério (entalhada à ponta de faca), e uma portada de arenito baiano, com portas de almofada em relevo, arrematadas por motivos fitomórficos. Diante da Igreja há um grande cruzeiro, com os símbolos dos sofrimentos da Paixão de Cristo, de 1859.
Aracati	Prédio da casa de câmara e cadeia na Rua Liberato Barroso esquina com a Praça da Independência	Tombado	Construída na segunda metade do século XVIII, para servir de câmara, audiência, cadeia para homens e mulheres. Um dos documentos mais importantes para reconstituição da história do edifício é uma aquarela de José dos Reis Carvalho, pertencente ao Museu de História Nacional. Aluno de Debret na Academia Imperial, e pintor da Comissão Científica de Exploração, Reis percorreu o Ceará sob direção do botânico Freire Alemão, entre 1859 e 1861
Aracati	Sobrado Barão de Aracati (Instituto do Museu Jaguaribano)	Tombado	Construído no século XIX, com quatro pavimentos, era a residência do Barão de Aracati, José Pereira da Graça. A partir de 1889, após a morte do barão, no sobrado funcionaram colégio, clube e hotel. A fachada principal é guarnecida por azulejos portugueses estampilhados e as paredes de seus salões são decoradas por inúmeras pinturas. Nos amplos espaços, estão preservadas estruturas de madeira e alvenaria, além de peças artesanais como a escada-caracol do primeiro pavimento.
Aracati	Conjunto Urbano	Tombado	Com desenho setecentista em seu traçado urbano. O conjunto arquitetônico e paisagístico da cidade, tombado pelo Iphan, em 2001, é formado por sobrados, igrejas e diversos prédios que somam mais de 2.500 edificações construídas e decoradas com azulejos portugueses de alto valor.

Fonte dos dados: IPHAN (2017) e Governo do estado do Ceará (2017).

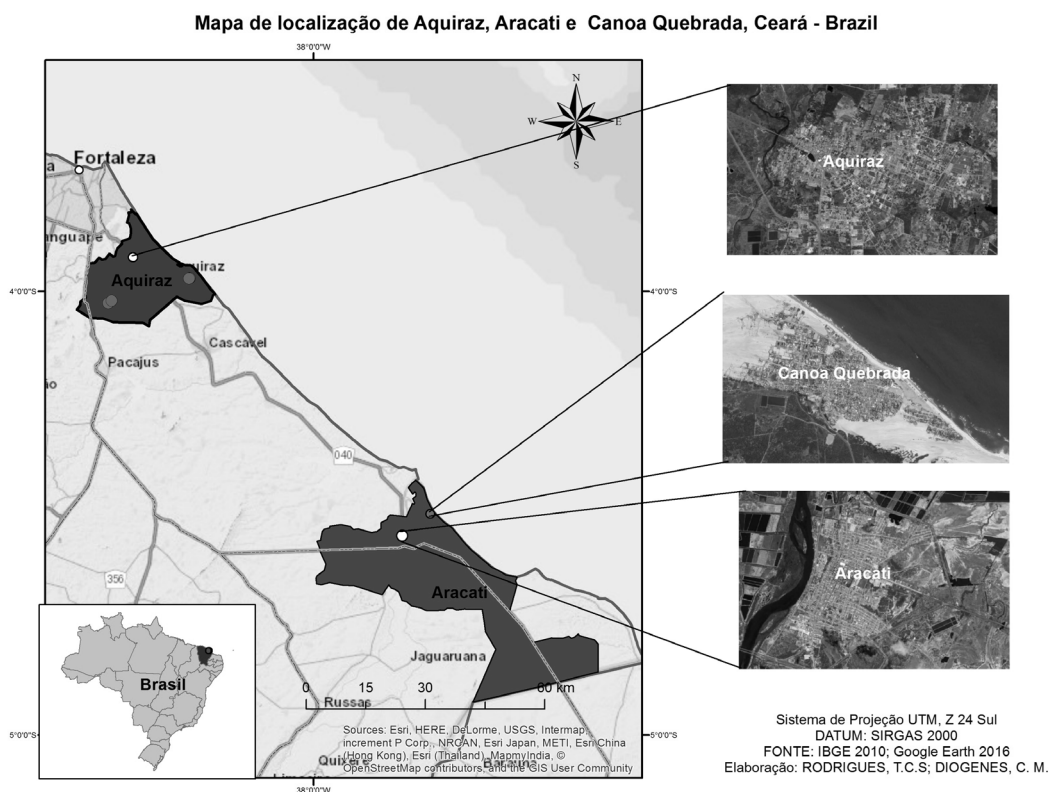


Figura 7

Mapa de localização dos municípios da Rota Turística

Elaboração: Rodrigues, T. C. S. e Diógenes, C. M. com base em dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2010) e de Google Earth.

turísticas, atribuindo novos significados e usos ao patrimônio histórico.

Para a idealização da referida rota turística, foi realizado um levantamento do patrimônio material dos dois municípios estudados, o trabalho levou em consideração bens materiais protegidos por leis municipais, estaduais e federais, bem como bens com potencial para proteção, conforme apresentado no Quadro IV.

O simples levantamento do patrimônio edificado não seria capaz de contar a história de formação do povo cearense, certamente representam relatos importantes do modo de vida urbano nas vilas e cidades do período colonial, no entanto, outros atores também desempenharam papéis e merecem ser ouvidos pelas gerações atuais. Em Aquiraz, a ideia é valorizar o papel dos índios Jenipapo-Canindé, residentes na Lagoa da Encantada e do Quilombola na Lagoa de Ramos; espera-se com isso dar voz para que eles contem suas versões da história.

Em Aracati, espera-se dar voz à Comunidade do Cumbé, para que ela conte sua versão dos fatos e seus conflitos. Nascimento (2013), relata que no

Ceará existe um *consenso* de que não haviam índios ou negros, essa ideia, imposta para viabilizar a expulsão de comunidades tradicionais, acaba por instituir no litoral um tipo de turismo que exclui e concentra. Uma rota que contradiz esse consenso, daria visibilidade ao homem do mar e ao quilombola.

A grande preocupação que envolve a proposta da rota (Figura 7) é a inclusão dos atores locais, tal como já acontece com outras iniciativas de turismo comunitário desenvolvidas no Ceará pela Rede Tucum, assim como o delineamento das demais fases da pesquisa de campo. Essas fases envolverão uma maior interação com os atores locais e uma caracterização detalhada da rota.

Conclusões

O objetivo de analisar a viabilidade para a implantação de uma rota turística ancorada em paisagens culturais no Estado do Ceará, nordeste do Brasil, ainda não foi completamente alcançado. A pesquisa encontra-se em andamento, sendo necessá-

rio realizar estudos mais aprofundados para que se possa afirmar a viabilidade ou não da rota proposta. As etapas que se seguem têm uma importância significativa para este estudo.

Fica evidente nesta primeira etapa que no recorte territorial existe um vasto patrimônio material e imaterial capaz sustentar uma rota turística que associe elementos das culturas indígenas, coloniais e negras. No entanto, percebe-se que este é um estudo acadêmico, que deve servir de subsídio para as comunidades envolvidas e não apontar soluções.

Muitas são as limitações encontradas, mas a principal delas é a ainda insuficiente aproximação com as comunidades. Só o acolhimento da ideia fará com que a pesquisa consiga realizar uma leitura aproximada das realidades.

Bibliografia

- Beni, M. C. (2006). *Análise estrutural do turismo*. (11ª ed.). São Paulo: Senac.
- Boullón, R. C. (2002). *Planejamento do espaço turístico*. Bauru: Edusc.
- Castoriadis, C. (1982). *A instituição imaginária da sociedade*. (5ª ed.). Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Carvalho, P. & Fernandes, J. L. (2012). *Patrimônio cultural e paisagístico*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Cavalcante, A.W. L. & Souza, M.A. (2005). *História de Fortaleza*. Ceará: Fundação de Demócrito Rocha.
- Choay, F. (2010). *Alegoria do patrimônio*. (3. Ed). Coimbra: Universidade de Coimbra, 2010.
- Governo do Estado do Ceará (2016). *Demanda turística via Fortaleza e fluxo turístico receptivo, dezembro de 2015 a fevereiro de 2016*. Fortaleza: Setur/CE
- Nascimento, L. J. (2014). O papel político das lutas socioambientais dos pescadores/as do mangue do Cumbe/Aracati - CE, para afirmação da identidade negra e defesa do território. In *Congresso brasileiro de pesquisadores/as negros/as*, 8, Belém, (pp. 12-XX). Acedido a 01 de 05 de 2017, em <http://C:/Users/user/Downloads/João Luís Joventino do Nascimento.pdf>.
- Corrêa, R. L. & Rosendahl, Z. (2015). *Geografia cultural: uma antologia*. Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Diógenes, C. M. (2016). *Estruturação e dinâmica da rede de serviços turísticos em Aracati/Canoa Quebrada-CE: 1970-2015*. Tese (doutorado) - Curso de Geografia, Programa de Pós-graduação em Geografia, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Rio Claro.
- Ferrara, L. D. (2010). *Os significados urbanos*. São Paulo: Universidade de São Paulo,
- Furtado, C. (1991). *Formação econômica do Brasil*. (24. ed.) São Paulo: Nacional.
- Furtado, E. D. P. (2005). *Fortalecimento de comunidades quilombolas: identidade e auto-gestão*. Fortaleza: Projeto apresentado ao CNPQ.
- Gastal, S. (2002). *Lugar de memória: por uma nova aproximação teórica ao patrimônio local*. In: Susana Gastal (Org), *Turismo, investigação e crítica*. São Paulo: Contexto.
- Geertz, C. (2015). *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Ltc.
- Gonçalves, J. R. S. (2010). *Os patrimônios e o tempo*. Ciência Hoje. Revista de Divulgação da SBPC. Suplemento Trimestral. Rio de Janeiro.
- ICOMOS (2008). *Carta dos Itinerários Culturais: 12. Elaboração do Comitê Científico Internacional dos Itinerários Culturais e ratificação pela 16ª Assembleia Geral do ICOM*.
- IPHAN, (2017). *Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico*. Patrimônio Histórico do Ceará. Acedido a 01 de 05 de 2017, em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/238>
- Lipovetsky, G. (2017). *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*. (2ª ed.). Portugal: Edições 70.
- Martins, J. C. O. (2003). *Identidade: percepção e contexto*. In: J. C. O. Martins (org.), *Turismo, cultura e identidade*. São Paulo: Roca.
- Mello Neto, U. P. (1983). *O forte das cinco pontas: um trabalho de arqueologia histórica aplicada a restauração do monumento*. Recife: Fundação de Cultura da Cidade de Recife, (Coleção Monumentos do Recife).
- Molina, S. (2003). *O pós-turismo*. (2. ed.). São Paulo: Aleph.
- Nascimento, E. P. (2013). *Turismo de base comunitária: dos conceitos às práticas e das práticas aos conceitos*. Dissertação (Mestrado) - Curso de Política e Gestão Ambiental, Centro de Desenvolvimento Sustentável. Brasília: Universidade de Brasília.
- Neves, B. (2016). Por que ninguém viaja para o Brasil?: Enquanto o turismo cresce no mundo, o Brasil inteiro recebe menos visitantes que Miami. Onde estamos errando? *Superinteressante*. Acedido a 01 de 02 de 2017, em <http://super.abril.com.br/sociedade/por-que-ninguem-viaja-para-o-brasil/>.
- Neves, B. A. C. (2003). *Patrimônio cultural e identidade*. In: Martins (org.). *Turismo, cultura e identidade*. São Paulo: Roca.

- Organização Mundial de Turismo (2016). *Panorama OMT del turismo internacional*. Paris: OMT. Acedida a 20 de fevereiro de 2017, em <http://mkt.unwto.org/es/publication/panorama-omt-del-turismo.internacional-edition-2016>.
- Pérez, X. P. (2009). *Turismo cultural: uma visão antropológica*. (2.ªed.). Tenerife: Pasos, 2009.
- Rolnik, R & Pinheiro, O. M. (2005). *Plano diretor participativo: guia de elaboração para os municípios e cidades*. (2ª ed.). Brasília: Ministério das Cidades.
- Santana, A. (2009). *Antropologia do turismo: analogias, encontros e relações*. São Paulo: Aleph.
- UNESCO. (1972). *Conferência da Organização das Nações Unidas para Educação, a Ciência e a Cultura*. Paris. Acedido a 01 de 06 de 2017, em <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001333/133369por.pdf>
- UNWTO. (2016). *UNWTO Annual Report 2016*. Madrid. Acedido a 01 de 06 de 2017, em http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual_report_2016_web_0.pdf
- Urry, J. (2001). *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. (3ª ed.) São Paulo: Sesc.
- TERRAMAR, Instituto. *Rede Tucum*. Acedido em 02 de 05 de 2017, em: <http://www.tucum.org/>