

## **Turismo no Centro Histórico de João Pessoa: Revitalização, Planejamento e Não-lugar<sup>1</sup>**

**Prof. Ms. Ana Valéria Endres<sup>2</sup>**

**Profa. Dra. Carla Mary S. Oliveira<sup>3</sup>**

**Bac. Danielle Abrantes de Menezes<sup>4</sup>**

### **RESUMO:**

O trabalho tem como objetivo estudar, no Centro Histórico de João Pessoa, a existência do não-lugar a partir da observação e transformação da paisagem restaurada/revitalizada a partir da década de 1980 do século passado. Para tanto, realizou-se pesquisa bibliográfica, documental e entrevista com representantes envolvidos com o Centro Histórico de João Pessoa (CHJP) e aplicação de questionários com 201 turistas. Concluiu-se que embora alguns patrimônios sacros tenham sido preservados do impacto da inovação das cores, a utilização de cores fortes e chocantes na Praça Anthenor Navarro e no Largo de São Frei Pedro Gonçalves produziu uma paisagem nova e colorida que não condiz com a história dos monumentos analisados e que, apesar do CHJP não ser evidenciado como um não-lugar é caracterizado, a partir da restauração realizada, como um cenário de época que provoca na grande maioria dos turistas uma espetacularização.

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

---

<sup>1</sup> Grupo de pesquisa: Desenvolvimento, planejamento e Turismo (UFPB) / Linha de Pesquisa: Turismo e gestão do patrimônio cultural e natural.

<sup>2</sup> Bacharel em Turismo. Mestre em Planejamento e Desenvolvimento pela UFPA. Professora Assistente do Curso de Turismo da Universidade Federal da Paraíba. E-Mail: <valendres@hotmail.com>.

<sup>3</sup> Historiadora, Doutora em Sociologia pela UFPB. Professora Adjunta do Departamento de História e do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal da Paraíba. E-Mail: <cms-oliveira@uol.com.br>. Sítio Eletrônico: <<http://cms-oliveira.sites.uol.com.br>>.

<sup>4</sup> Bacharel em Turismo pela Universidade Federal da Paraíba. E-Mail: <danielleabrantestur@gmail.com>

## 1. Introdução

Na década de 1930 iniciaram-se no Brasil as primeiras ações de preservação do patrimônio histórico-cultural, com o surgimento do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Mas as ações, principalmente de revitalização de antigas áreas históricas, tornam-se mais evidentes nas décadas de 1980 e 1990 do século passado, quando se intensificam as políticas patrimoniais que estimulam aos governos municipais e estaduais a preservar bens culturais. O discurso da preservação da memória coletiva e da identidade cultural passou, então, a motivar investimentos no patrimônio histórico-cultural.

Os Centros Históricos de diversas capitais do Brasil começam a ser restaurados e revitalizados, a exemplo de Salvador, Recife e São Luis. Nos processos de restaurar e revitalizar, o primeiro, ao contrário do segundo, geralmente obtém êxito em seus objetivos. Retrato disto são as cores novas, fortes e vibrantes aplicadas às fachadas dos casarios, tentando enaltecer formas resgatadas do passado. Orientada por esta perspectiva, a revitalização do ambiente histórico antes esquecido se dá pelas novas funcionalidades adotadas por este espaço para integrar-se no mundo atual caracterizado, principalmente, pelo consumo. Das residências ao comércio, hoje o que impera nestes espaços são os equipamentos turísticos para complementar a fruição e o consumo da paisagem histórica.

De forma mais ideal, a revitalização deveria trazer consigo a valorização das raízes locais e o resgate e o aprofundamento do sentimento de identidade da população e de seus elos com o local. A questão que se apresenta é até que ponto as áreas históricas, remodeladas como ‘cenários’ homogêneos pela aplicação das cores fortes e vibrantes, conseguiram ser idealmente revitalizadas?

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

Nosso objetivo, aqui, é estudar, tendo o Centro Histórico de João Pessoa como exemplo, a existência do não-lugar como resultado da restauração/revitalização iniciada década de 80, processo em que o foco principal ficou sobre o turista, por ser ele o 'alvo' do espetáculo produzido. Na pesquisa de campo foram aplicados 201 questionários com turistas que visitaram os dois Postos de Informações Turísticas da Secretaria Executiva de Turismo do Município de João Pessoa, um localizado à beira mar, na da Praia de Cabo Branco, e o outro na Igreja de São Francisco, no Centro Histórico. O objetivo era identificar, principalmente, qual a percepção que os turistas tinham diante do Centro Histórico quando o comparavam a outros Centros Históricos visitados. Estes Postos de Informações Turísticas (PITs) foram escolhidos por se tratar de ambientes de diferente circulação de turistas.

A amostragem para a aplicação dos formulários, entre os meses de janeiro a abril do de 2007, foi definida a partir dos cálculos de amostra aleatória simples, que permite uma margem de erro de 5 pontos percentuais, para mais ou para menos, sobre as informações, que se traduz em um nível de confiança de 90% sobre os resultados obtidos.

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

Para alcançar resultados mais amplos, um tempo maior de pesquisa que envolvesse a análise de uma amostragem relevante de informantes dentre os moradores da capital seria necessário, a fim de não só perceber o sentimento de *estranhamento*, talvez, mas também para desmitificar a noção pessoal, construída pela vivência na cidade, de que a maior parte da população não se identifica com aquele novo “espaço”, nem pelo seu relevante papel na história da cidade e da Paraíba, tampouco pela bela paisagem composta pelo rio e pelas edificações antigas ou por uma eventual ocupação da área por turistas e oportunistas. A noção que prevalece efetivamente, é a de que nada se faz para que o local seja realmente revitalizado, quer seja para os moradores da cidade, ou para os turistas.

O Centro Histórico da cidade de João Pessoa recebe incentivos para a revitalização dos seus bens patrimoniais desde a década de 1980 e já foram restaurados monumentos coloniais sacros como o Convento de Santo Antônio e o Mosteiro de São Bento, entre outros. Entretanto, a área objeto deste estudo é a paisagem formada pelo conjunto de casarios, composto por edificações representativas das décadas de 1920 e 1930, do século XX, localizado no entorno da Praça Anthenor Navarro e do Largo de São Frei Pedro Gonçalves.

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

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

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

De acordo com Camargo (2002), a restauração é uma operação que deve ter caráter excepcional, com o objetivo de conservar os valores estéticos e históricos do monumento no que se refere ao material original e aos documentos autênticos, devendo ser sempre precedida e acompanhada de um estudo arqueológico e histórico do monumento. Com base nestes critérios, o IPHAN priorizou, por muito tempo, ações de restauro.

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

Nesse contexto, importantes cidades brasileiras passaram a apresentar projetos e a revitalizar seus Centros Históricos como ocorreu no Pelourinho, em Salvador (BA), no Recife Antigo (PE) e em São Luis (MA). No que se refere à nova paisagem apresentada aos turistas/comunidade nos ambientes históricos após a restauração percebe-se, como característica marcante, a utilização de um colorido forte e incisivo.



**Figura 1: Largo do Pelourinho em Salvador, BA**



**Figura 02: Sobrados na rua do Bom Jesus, no Recife Antigo, PE**  
Sobre esta questão, Silva (2004, p. 73) reflete que:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

A frágil identidade construída pela diferença associada à restauração como promoção do valor econômico do patrimônio pode transformá-lo em um espaço estático, onde a nova paisagem

apresenta-se como um cenário típico de um filme de época, contexto propício ao sentimento de *estranhamento* característico de um não-lugar, como afirma Carlos (1999, p. 26):

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

Os não-lugares possuem duas características essenciais: a *espetacularização* que pode ser observada através de modificações que transformam a história do patrimônio, como a utilização, no caso aqui analisado, de cores fortes e vibrantes em edificações que não abarcam esta característica; e o *estranhamento*, que pode advir do não-reconhecimento do patrimônio como próprio de sua cultura e o ‘saneamento’ da população dos ambientes restaurados, entre outras características.

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

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

A indústria cultural, como construção da sociedade contemporânea, acaba por cristalizar-se em muitas tentativas de revitalização nos espaços históricos antes abandonados. A compreensão dessa cultura é sufocada pela padronização que se inicia já na restauração, com

a escolha das cores, muitas vezes utilizadas propositalmente para destacar os prédios de seu entorno. Ressalta-se que o apelo estético se sobrepõe ao embasamento histórico no que se refere às cores originais e aos materiais disponíveis à época da construção desses prédios. Certos pigmentos hoje utilizados eram inexistentes ou mesmo inacessíveis no século XIX, nas primeiras décadas do século XX, e mesmo no período colonial.

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

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

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

O planejamento responsável do turismo tem um papel fundamental, quando entendido em seu processo mais amplo condicionado por critérios de sustentabilidade, que é equilibrar o conflito de interesses que transformações ocasionadas por projetos de revitalização geram.

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

Com a institucionalização da colonização portuguesa em terras brasileiras a partir da implantação do sistema de Capitanias Hereditárias em 1534, que tinha o objetivo de facilitar o controle sobre o território colonial, a atual Paraíba surgiu como desmembramento da Capitania de Itamaracá, tendo como primeiros habitantes os *gentios* Tabajara e Potiguara, da etnia Tupi. Se aceita como causa da criação da Capitania da Paraíba a Tragédia de Tracunhaém<sup>5</sup>, ocorrida em 1574, fato após o qual o rei de Portugal criou a nova Capitania, desmembrando-a de Itamaracá. Todavia, somente em 1585 houve, de fato, a implantação de uma povoação, após onze anos de conflitos com os indígenas (SILVEIRA, 1999. p. 20), alçada à condição de cidade ainda em 1586.

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

O crescimento e a urbanização da capital no século XVIII eram vagarosos, tanto que a cidade possuía ainda aspecto rural. Entretanto, essa situação modifica-se em meados do século XIX, com o desenvolvimento da cultura do algodão no Nordeste e conseqüente aumento das divisas econômicas que impulsionaram o crescimento populacional e social. A extensão espacial modifica a situação rural da cidade, tornando-a mais moderna e urbanizada (KOURY, 2004).

Décadas depois, as famílias de elite que moravam no perímetro urbano central foram transferindo-se para bairros mais próximos da praia, como Tambiá. O crescimento em direção

---

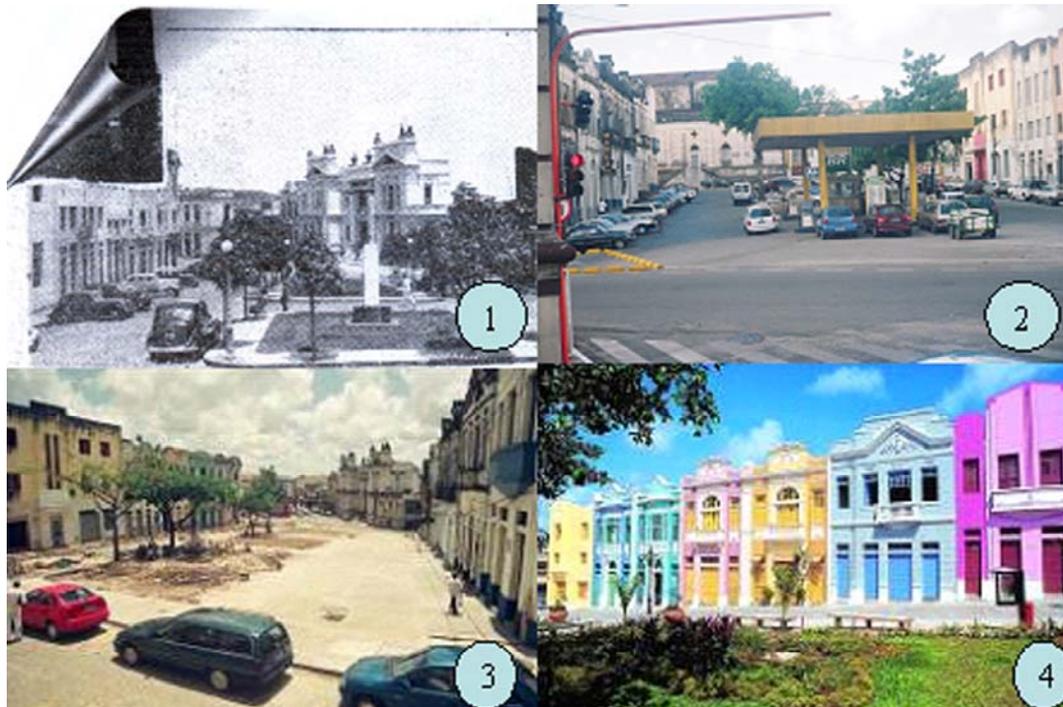
<sup>5</sup> A tragédia refere-se ao rapto de uma índia por um senhor de engenho chamado Diogo Dias. A índia era filha do cacique potiguar que reuniu vários guerreiros de sua tribo e partiu para a guerra no Engenho do Diogo Dias onde mataram todos que apareciam pela frente, por fim ateando fogo ao engenho. Essa Tragédia recebeu este nome porque era esse o nome do Engenho, Tracunhaém, localizado na Capitania de Pernambuco.

ao mar consolida-se com a urbanização da Lagoa do Parque Sólon de Lucena, e com a abertura de avenidas como a Epiplácio Pessoa, no governo de Camilo de Holanda, que remodela grande parte do aspecto urbanístico da cidade com a criação de várias praças (MENEZES, 1985).

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

Na década de 1980, mais precisamente no ano de 1987, o Centro Histórico de João Pessoa começou a receber incentivos para a sua restauração e revitalização. Tais processos iniciaram-se por meio de uma parceria entre a Agência Espanhola de Cooperação Internacional – AECI, o IPHAN, a Prefeitura Municipal e o Governo Estadual (SCOCLUGIA, 2004). Criou-se então a Comissão Permanente de Desenvolvimento do Centro Histórico, que ficou e ainda é responsável pelo processo de restauração e revitalização da área.

A restauração inicia-se esparsamente na região que compreende a Cidade Alta, onde se encontra o Convento de Santo Antônio e o Mosteiro de São Bento. Segundo a Sonia Gonzalez, arquiteta coordenadora da Comissão, pensou-se em iniciar a revitalização pela parte alta, mas como não existia um conjunto contínuo, transferiu-se o projeto para a parte baixa da cidade, bem próximo ao Rio Sanhauá, na área da Praça Anthenor Navarro e do Largo de São Frei Pedro Gonçalves, onde se iniciaram as intervenções, com a restauração do casario.



**Figura 3: Processo de restauração/revitalização da Praça Anthenor Navarro<sup>6</sup>**

No processo de revitalização do Centro Histórico de João Pessoa uma característica que chama a atenção é a utilização de cores fortes e variadas na pintura do casario. Em entrevista, as arquitetas Sônia Gonzalez e Rosângela Régis<sup>7</sup> afirmam que:

Nós fizemos propositalmente uma forma de chamar a atenção da população para um casario belíssimo que estava completamente abandonado e ninguém nem via, né? Então na hora que a gente pintou com aquelas cores iniciais que eram fortes, realmente foi intencional pra se fazer notar.<sup>8</sup>

Já Sônia Gonzalez destaca:

<sup>6</sup> A Praça Anthenor Navarro em 1937 (1); A Praça antes do início da restauração na década de 80 (2); Período das obras em 1987 (3); O resultado após a restauração, na perspectiva de quem observada a praça do ângulo oposto as três fotos anteriores, ou seja, da Igreja para a rua (4). As três primeiras fotos são de domínio público e fazem parte do acervo da Comissão do Centro Histórico (1998) e a fotografia 4 é de Cássio Murilo.

<sup>7</sup> Respectivamente coordenadora da Comissão Permanente do Centro Histórico e arquiteta da Prefeitura Municipal que atua na Comissão.

<sup>8</sup> Entrevista realizada com Rosângela Régis, concedida a autora em 25/04/2007

Foi criado um cenário de propósito, só que quando nós fomos fazer a prospecção de cores lançou-mão do que se tem atualmente para criar um cenário mesmo. (...) O colonial, a Igreja da Misericórdia, por exemplo, ela foi pintada de cal branco, ela é de cal branco, este estudo não podia faltar para um monumento daquela época, daquela natureza...que tem uns seis [monumentos] na cidade. No caso do trabalho de pintura das casas, principalmente nas casas da Praça Anthenor Navarro, nós procuramos resgatar a forma que eles pintavam numa época, no começo do século XX, aqui na cidade: o fundo mais escuro, os elementos mais claros, os elementos que cortam as fachadas, brancos (...) A cor... é que nós lançamos mão da cor de hoje pra chamar atenção.<sup>9</sup>

Sobre as cores fortes aplicadas no casario, o historiador José Octávio, em entrevista revela que “estão dando cores muito berrante ao Centro Histórico (...) O Centro Histórico foi revitalizado em função de uma cor que chamasse a atenção do povo, [entretanto] a Comissão tem que levar em consideração o tipo de cor que se utilizava naquela época”<sup>10</sup>.

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

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

<sup>9</sup> Entrevista realizada com Sônia Gonzalez, concedida a autora em 25/04/07

<sup>10</sup> Entrevista concedida a autora em 03/05/2007

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

As ações orientadas para o desenvolvimento da atividade turística no Centro Histórico foram e são poucas e esporádicas. Em visita ao local se pode perceber que não há estrutura de equipamentos e serviços turísticos adequada para receber os turistas ou grupos que apareceram por lá. Desse modo, o novo lugar chama a atenção e surpreende apenas pela nova paisagem que a restauração propiciou. Como afirma Rodrigues (1997, p. 72), “a paisagem é um notável recurso turístico, desvelando alguns objetos e camuflando outros, por meio da posição do observador, quando pretende encantar e seduzir”.

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

Foram aplicados 201 questionários para turistas sobre a sensação de espetacularização projetada pela paisagem observada no Centro Histórico de João Pessoa, com intuito de entender até que ponto, naquele local, reproduz-se um não-lugar. Assim, foram aplicados 152 questionários no PIT da Igreja de São Francisco e 49 no PIT da Praia. A tabela a seguir mostra os principais resultados relativos ao perfil dos turistas que visitam o Centro Histórico.

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

Características adotadas para determinação do perfil	Postos de Informações Turísticas	
	PIT Praia	PIT São Francisco
<b>Sexo</b>	51% homens	51% homens
	49% mulheres	49% mulheres
<b>Escolaridade</b>	Ensino Médio (16%)	Ensino Médio (13%)
	Ensino Superior (67%)	Ensino Superior (78%)
	Pós-graduação (17%)	Pós-graduação (9%)
<b>Estado Civil</b>	Casados (65%)	Casados (49%)
	Solteiros (29%)	Solteiros (37%)
	Viúvo (2%)	Viúvo (10%)
	Divorciados (4%)	Divorciados (4%)
<b>Idade</b>	Média 40 anos	Média 34 anos
<b>Procedência da maior parte dos entrevistados</b>	Paraíba (18%)	Paraíba (24%)
	Norte/Nordeste (38%)	Norte/Nordeste (47%)
	Sul/Sudeste (38%)	Sul/Sudeste (27%)
	Centro-Oeste (6%)	Centro-Oeste (2%)

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

Em relação aos principais estados das regiões de procedência dos entrevistados, no PIT São Francisco destacam-se como os mais representativos da região Norte/Nordeste Pernambuco, com 15%, e Rio Grande do Norte, com 10%, e da região Sul/Sudeste, o Rio de Janeiro, com 13%, e São Paulo, com 9%. No PIT da Praia, pode-se observar que os mesmos estados

aparecem também como os mais representativos, com pouca variação nos percentuais<sup>11</sup>.

Deve-se considerar também a grande frequência de turistas do próprio estado da Paraíba.

Do total dos entrevistados, 78% possuíam ensino superior. Este último dado deve ser muito considerado pelos gestores locais no que diz respeito às informações repassadas aos turistas, na medida em que devem atender às expectativas de um público instruído. Como se pode observar na tabela 2, a maioria dos entrevistados que visitaram o Centro Histórico de João Pessoa<sup>12</sup> considera as informações adquiridas no local regulares.

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

Principais características do Centro Histórico de João Pessoa	Postos de Informações Turísticas	
	PIT Praia	PIT São Francisco
<b>Influência da visitação</b>	<b>Parentes e Amigos (47,62%)</b> Agência de viagens (23,81%) Revistas (9,52%) Internet (4,76%) Outros (14,29%)	<b>Parentes e Amigos (52,03%)</b> Agência de viagens (17,89%) Revistas (9,76%) Internet (9,76%) Outros (10,57%)
<b>Classificação das Informações recebidas</b>	Boa (33%) <b>Regular (40%)</b> Insuficiente (27%)	Boa (37%) <b>Regular (45%)</b> Insuficiente (18%)
<b>Conhecimento sobre outros Centros Históricos Brasileiros</b>	Olinda (15 citações) Recife Antigo (10 citações) Pelourinho (8 citações)	Olinda (49 citações) Recife Antigo (31 citações) São Luis, Ouro Preto e Pelourinho (16 citações/cada)
<b>Semelhança do Centro Histórico de João Pessoa com os demais Centros conhecidos</b>	<b>Possui semelhança (75%)</b> Não possui semelhança (25%)	<b>Possui semelhança (64%)</b> Não possui semelhança (36%)

Nesta segunda tabela, as informações coletadas dizem respeito à percepção que os turistas têm sobre o Centro Histórico de João Pessoa, considerando os questionamentos projetados inicialmente, sobre a existência do não-lugar resultado de uma restauração/revitalização

<sup>11</sup> Em relação ao Estado de origem dos entrevistados, no PIT São Francisco, em ordem decrescente aparecem os Estados da Paraíba - PB (24%); Pernambuco - PE (15%); Rio de Janeiro - RJ (13%), Rio Grande do Norte (10%), São Paulo (9%); Piauí - PI, Ceará - CE (5% para cada), sendo os mais representativos; e ainda, Alagoas - AL (4%), Bahia - BA e Distrito Federal - DF (3% para cada), Paraná - PR e Minas Gerais - MG (2%), Sergipe - SE, Santa Catarina - SC, Pará - PA, Maranhão - MA, Goiás - GO; Amazonas - AM e Acre - AC (1% cada). Já no PIT da Praia, aparecem os Estados da Paraíba (18%), São Paulo (16%), Pernambuco (12%), Rio Grande do Norte e Rio de Janeiro (10% cada) Minas Gerais (6%), Alagoas, Distrito Federal e Amazonas (4% cada) e Ceará, Bahia, Espírito Santo, Rondônia - RO, Amapá - AP, Mato Grosso do Sul e Paraná (2% cada).

<sup>12</sup> Do total dos entrevistados, 72% visitaram o Centro Histórico de João Pessoa e 28% não o visitaram.

orientado pelo apelo paisagístico sustentado pela utilização de cores fortes e vibrantes na fachada dos casarios.

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

As semelhanças mais citadas foram referentes às cores utilizadas nos casarios, algumas formas de arquitetura, os casarões conjugados, as ruas com ladeiras e a combinação de cores fortes, encontradas, principalmente, em áreas históricas como Olinda (PE), Recife Antigo (PE), São Luís (MA), Ouro Preto (MG) e no Pelourinho, em Salvador (BA), que foram as mais citadas pelos entrevistados. Essas informações geram preocupação, na medida em que o turista tem uma percepção superficial do lugar visitado, propiciado por um cenário homogeneizador projetado pela restauração aliado a pouca qualidade das informações recebidas. Afinal, os centros históricos citados e conhecidos pelos turistas representam a história dos lugares em épocas diferentes, veja-se o exemplo do Pelourinho, em Salvador, que é do período colonial e da Praça Anthenor Navarro, em João Pessoa, que é do final da Primeira República.

O sentimento de *espetacularização* só não é total por que não existem fortes ações de marketing e outras formas de promoção do cenário constituído, como pode ser observado na tabela 2, onde os informantes pouco foram motivados por revistas, internet e agências a conhecer o local. A maioria, 47,62% dos turistas do PIT da praia e 52,03% dos turistas do PIT

São Francisco, visitou o Centro Histórico por influência de parentes e amigos. Esse dado evidencia a necessidade de também se trabalhar melhor a qualidade das informações repassadas e os serviços prestados neste local, haja vista ser a propaganda “boca-a-boca” que sustenta o interesse de turistas por esta área histórica.

As poucas ações promocionais, talvez se devam ao discurso defendido pela Comissão do Centro Histórico de João Pessoa, de que a revitalização realiza-se com foco na população, para que ela se identifique com o local e o utilize de forma sustentável. Não houve, entretanto, uma análise mais aprofundada que confirme a prática desse discurso.

Entre os sentimentos de espetacularização e de estranhamento, até onde podemos constatar, o que prevalece, parcialmente, é o primeiro. No Centro Histórico de João Pessoa, criou-se um cenário proposital para que se chamasse a atenção da população/turista para o espaço restaurado. No entanto, deixa-se à parte o respeito às características originais do conjunto dos prédios e o estímulo para que os moradores da capital queiram conhecer sua cultura e seu patrimônio: entre o global e o local, o primeiro tem privilégios.

## REFERÊNCIAS

- AUGÉ, Marc. **Não-lugares**: Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Traduzido por Maria Lúcia Pereira. 3. ed. Campinas: Papirus, 1994.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural**: orientações básicas. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.
- CAMARGO, Haroldo Leitão. **Patrimônio histórico e cultural**. São Paulo: Aleph, 2002.
- CARLOS, Ana Fani Alessandri. Turismo e a produção do não-lugar. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri *et al.* (orgs.). **Turismo**: espaço, paisagem e cultura. São Paulo: HUCITEC, 1999, p. 25-37.
- DIAS, Reinaldo. Turismo, identidade e folclore. **Turismo & Desenvolvimento**. Campinas, UNIOPEC (Ed. Átomo) jan/jun, 2001, v.1, n. 1, p. 11-20.
- FEATHERSTONE, Mike. O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 1997.
- HALL, Colin Michael. **Planejamento turístico**: políticas, processos e relacionamentos. Tradução de Edite Sciulli. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.
- IRVING, Marta de Azevedo; AZEVEDO, Julia. **Turismo**: o desafio da sustentabilidade. São Paulo: Futura, 2002.
- KOURY, Mauro Guilherme Pinheiro. Sob signo do medo do outro: Modernização e controle social na cidade de João Pessoa, PB. **CONCEITOS**, jul 2004/jul 2005, p. 9-14.
- MENEZES, José Luiz Mota. **Algumas notas a respeito da evolução urbana de João Pessoa**. Recife: Pool, 1985.
- RODRIGUES, Adyr B. **Turismo e espaço**: rumo a um conhecimento transdisciplinar. São Paulo: HUCITEC, 1997.
- SCOCUGLIA, Jovanka Baracuchy Cavalcanti. **Revitalização Urbana e (re)invenção do centro histórico na cidade de João Pessoa (1987-2002)**. João Pessoa: Ed. Universitária / UFPB, 2004.
- SILVA, Maria da Glória Lanci da. **Cidades turísticas**: identidades e cenários de lazer. São Paulo: Aleph, 2004.
- SILVEIRA, Rosa Maria Godoy (org.). **Estrutura de Poder na Paraíba**. João Pessoa: Ed. Universitária/UFPB, 1999.