

**HOMEM, LUGAR & PAISAGEM – TOPOFILIA E TOPOFOBIA:
REFLEXÕES SOBRE O PATRIMÔNIO HISTÓRICO
ARQUITETÔNICO E URBANÍSTICO DE DIAMANTINA-MG**

*José Antônio Souza de Deus**
*Marly Nogueira***
*Rahyan de Carvalho Alves****

Resumo: As paisagens representam as formas de existência de uma comunidade, sendo sentidas a sua apresentação social, principalmente nos patrimônios históricos que formam alicerces culturais. E nesta conjuntura de representatividade e elo cultural, muitos municípios no Brasil, como Diamantina-MG, se apresentam como centros com materiais-elementos tombados, vinculados aos conjuntos patrimoniais arquitetônicos (urbanos ou rurais), instituindo um ambiente próspero ao que se refere ao laço de topofilia. Todavia, muitos elementos tombados apresentam, na contemporaneidade, como produtos mercantilizados, uma vez que o poder público municipal e os agentes capitalistas os vislumbram como uma possibilidade de lucratividade, através do turismo cultural, que atropela os sentidos de uma vida coletiva expressa nas paisagens e nas manifestações culturais; realizando, no visível, uma fonte de intenção que induz o consumo das formas, ocorrendo à ativação da trama do comércio pelas atividades da rede hoteleira, gastronômica, do ecoturismo, dentre outros. Assim, este artigo denota-se como relevante, pois tem como objetivo discutir a mercantilização da paisagem na relação patrimônio/paisagem e cultura-comércio, destacando o município de Diamantina-MG. Para alcançar o objetivo utilizou-se como metodologia leituras bibliográficas e reconhecimento de campo.

* Professor Dr. Associado e pesquisador do Instituto de Geociências da Universidade Federal de Minas Gerais – IGC/UFMG E-mail: jantoniosdeus@uol.com.br

** Professora Dra. Adjunta e pesquisadora do Instituto de Geociências da Universidade Federal de Minas Gerais – IGC/UFMG. E-mail: nogueira.marly@yahoo.com.br

***Geógrafo, Mestrando em Geografia pelo Instituto de Geociências da Universidade Federal de Minas Gerais – IGC/UFMG. E-mail: rahyancarvalho@yahoo.com.br

Unitermos: Homem, paisagem, turismo, mercantilização.

Abstract: Landscapes represent the community ways of existence, being its social representation felt mainly on the historic heritages which form cultural foundations. On this perspective of cultural representation and link, one among many municipalities in Brazil, Diamantina-MG, appear as an inscribed element-material centers, linked to the architectonic heritage complex (urban or rural) establishing a prosperous environment when referring to the tie of topophilia. However, most inscribed elements appear, contemporaneously, as mercantilism goods, once municipal public powers and capitalist agents see them as possible source of profit, through cultural tourism which runs over the senses of a collective life expressed on the landscape and on cultural manifestations, accomplishing on the visible a source of intention which induces to the consumption of forms, leading to hasten the fabric of commerce by hotel activities, gastronomy, ecotourism, among others. Thus, this article is relevant, since it aims to discuss landscape mercantilism in the relation patrimony/landscape is culture-commerce, highlighting the municipality of Diamantina-MG. To achieve its goals as methodology it was used bibliographic readings is field recognition.

Keywords: Man, landscape, tourism, mercantilism.

Resumen: Los paisajes representan las formas de existencia de una comunidad, sendo sentidas su presentación social, principalmente en los patrimonios históricos que forman alicerces culturales. Y en esta conjuntura de representatividad y elo cultural, muchas ciudades en Brasil, como Diamantina-MG, se presentan como centros con materiales-elementos tombados, vinculados a los conjuntos patrimoniales arquitectónicos (urbanos o rurales), instituyendo un ambiente próspero al que se refiere al lazo de topofilia. Sin embargo, muchos elementos tombados presentan, en la contemporaneidade, como productos mercantilizados, una vez que el poder público municipal y los agentes capitalistas los vislumbran como una posibilidad de lucratividade, por medio del turismo cultural, que atropella los sentidos de una vida colectiva expresa em los paisajes y en las manifestaciones culturales; realizando, en el visible, una fuente de intención que induz el consumo de las formas, ocurriendo la ativación de la trama del comercio por las actividades de la rede hotelera, gastronómica, del ecoturismo, dentre outros. Así, este artículo se denota como relevante, pues tiene como objetivo discutir la mercantilización del paisaje en la relación patrimonio/paisaje y cultura-comercio, destacando el município de Diamantina-MG. Para alcanzar el objetivo se utilizó como metodología lecturas bibliográficas y reconocimiento de campo.

Palabras-claves: Hombre, paisaje, turismo, mercantilización.

Introdução

As paisagens, inconfundivelmente, constituem as formas de existência de uma comunidade, concretizando-se os seus sentidos e representações sociais a partir da vivência e das experiências do sujeito atrelados ao lugar. E essa existência do homem, com as inúmeras ações entrelaçadas entre as grafias construídas da paisagem, vividas pela relação dos sentimentos e emoções em sua intensidade com o lugar, proporciona uma real comunicação de símbolos identificadores do ator com o seu espaço.

A fusão da materialidade da paisagem retoma difusas simbologias para o homem na construção de seu universo, pela percepção de se sentir construtor do lugar, tornando a paisagem também um elemento (i) material, fecundado pelas emoções vividas com gradientes de densidade, e configurando-se, assim uma formação subjetiva de experiências de vida. Essa relação de paisagem e lugar torna nítida a construção da identidade do homem com o meio, em um sentido de topofilia, principalmente quando internaliza a sua participação social pelo(s) patrimônio(s) histórico(s), formando alicerces culturais visíveis, notados pelos sentidos.

E nessa conjunção de paisagem e lugar como elo de pertencimento do sujeito, destaca-se o substrato cultural do município de Diamantina-MG, que ostenta no seu centro urbano um conjunto patrimonial histórico arquitetônico e urbanístico tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional e pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, instituindo-se aí, conseqüentemente, um ambiente próspero no que se refere aos laços de topofilia. Todavia, o processo de mercantilização ocorrida no município, em grande medida, é reflexo da ação dos agentes do turismo cultural particularmente, da rede hoteleira e gastronômica locais que aliados às ações de promoção de eventos e manifestações culturais realizadas pelo poder público municipal, ativam o patrimônio arquitetônico como processo de mercantilização para os visitantes, promovendo, gradativamente, um sentimento de estranhamento dos cidadãos locais em relação a esse patrimônio histórico-cultural, uma vez que não se percebe uma educação patrimonial sólida que se direcione para ações de promoção de renda aliada à promoção de uma estabilidade psicossocial através da memória atribuída as paisagens.

Desse modo, esse estudo, ainda preliminar, é resultante de investigação em desenvolvimento acoplada à elaboração de dissertação de mestrado junto ao programa de pós-graduação em Geografia da Universidade Federal de Minas Gerais (com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), tendo como objetivo demonstrar a incontestável importância da pesquisa ba-

seada na relação Paisagem/(Patrimônio)-Cultura-Comércio no município de Diamantina, propiciando reflexões acerca da relação unitária e sociopolítica das categorias geográficas “paisagem” e “lugar” na formação de relações topofílicas, neste recorte territorial específico.

O trabalho está estruturado em três vetores, primeiramente destacando a importância da paisagem e do lugar para a promoção do laço topofílico e promovendo geossímbolos que estabiliza o sujeito em seu espaço. No segundo momento, aborda a proeminência da memória, tal como expressa nos patrimônios, (como um processo de reafirmação do homem para a continuidade de suas tarefas sociais); e por fim, aborda o patrimônio histórico arquitetônico e urbanístico de Diamantina como processo que ocasiona, ao mesmo tempo, a ação de preservação histórica e a sua mercantilização. Para alcançar o objetivo utilizou-se como metodologia pesquisa bibliográfica e reconhecimento de campo.

A interação da identidade universal do patrimônio histórico arquitetônico e urbanístico de Diamantina, a propósito, deve ser cuidadosamente repensada em todas as instâncias de poder, uma realidade apropriada na totalidade de se fazer sentir pelos turistas, promovendo, teoricamente, a busca de sua universalização; e ao mesmo tempo, devendo reafirma o pertencimento do lugar pelos sujeitos locais.

Paisagem & lugar: a formação dos geossímbolos na inter-ligação do sujeito com o lugar

As paisagens se mostram como unhas e únicas para cada sujeito em seu lugar, mas a verdade é que a paisagem, de fato, não se mostra, não tem uma forma pré-estabelecida; ela não é um material concreto de significado definido. É o sujeito que se apresenta para a paisagem com as suas ideias e lembranças. E com esta relação desenha em sua mente um mundo de múltiplas significações; assim a diversidade da paisagem esta na capacidade de interpretação e de memória afetiva, em uma inclusão histórica que o sujeito faz ao perceber o que ele construiu ou o que a dinâmica social externa realizou, fazendo parte de um grupo na sociedade pelos sentidos de sua percepção, processando diferenciações de qualidades em seu espaço (CARVALHO, 2011).

A paisagem apresenta um imenso universo de significados, pois cada sujeito impregna nela a sua história, o seu desenho, a sua lembrança. E essa multiplicidade de interpretações que a paisagem abarca, transporta o homem a um sentido transcendental, o que leva a relembrar sua vida, sendo uma “lógica da comunicação simbólica que explica o desenvolvimento de sentimentos de pertencimento” (CLAVAL, 2007, pp.145-146) ao lugar.

Quem nunca passou em uma rua e ao olhar para o plano da paisagem lembrou cenas, frases, risos e ou choros de uma vida partilhada. Quem nunca se flagrou com o peito apertado ao ver uma paisagem que viveu diariamente sendo modelada e sofrendo uma nova reformulação paisagística. A paisagem faz parte da vida. É a própria vida em sua construção.

Ela, a paisagem, inquestionavelmente, diz muito dos nossos hábitos, da nossa vida coletiva, chegando a ser um símbolo de significados entrelaçados em lembranças, pois como Corrêa & Rosendahl (2007, p.121) salientam, “as paisagens tomadas como verdadeiras de nossas vidas cotidianas estão cheias de significados e a recuperação destes significados em nossas paisagens diz muito sobre nós”. Reiterando a sua importância, faz-se necessário recorrer à fala de Gomes (1999, p.45) onde afirma que a “paisagem é uma autobiografia coletiva inconsciente que reflete gostos, valores, aspirações, medos, que aos poucos acarretam a decodificação dos sentimentos imbuídos pelas sociedades ao espaço”, uma forma de voltar ao passado estando no presente.

A semiologia¹ que a paisagem fornece, transmite ao cidadão a moldura das ações realizadas nas gerações passadas; ela exprime emoções do sujeito, elementos da sociedade onde vive, renova e (re) descobre o seu lugar, sendo construída e tornando-se testemunha de uma nova leitura espaço-temporal. Como salienta Cosgrove (1998, p.108) as “paisagens possuem significados simbólicos porque são o produto da apropriação e transformação do meio ambiente pelo homem”, ricas e necessárias como marco de um “desenvolvimento” que muitas vezes, se relaciona com a continuidade da vida social, aliada com sua relação de pertencimento ao lugar; e por isso é tão presente em nossas vidas.

A cultura exposta nas paisagens se completa com a intencionalidade do sujeito que a vê. E o significado depende da sua organização afetiva, rica em uma apresentação de resgate que ajuda na perpetuação da vida para os dias que se apresentam. Nesse aspecto, Cosgrove (1998, p.42) destaca que a paisagem está densamente ligada à cultura² e:

[...] à ideia de que as formas visíveis são representações de discursos e pensamentos. Assim, a paisagem aparece como um lugar simbólico. E agora a maneira de ver, compor e harmonizar o mundo que a torna importante.

¹ A semiologia aqui abordada diz respeito à decodificação dos signos, no cosmo de sentimentos através das mais variadas formas que a paisagem possa ofertar em seus elementos (i) materiais.

² A cultura é entendida através dos elementos do comportamento, da moral, das relações afetivas, dos laços sociais, cultivados pela “totalidade” da experiência adquirida pelo homem com o outro e com o lugar (KEESING, 1961).

Assim, a paisagem se faz através da criação de uma unidade visual onde o seu caráter é determinado pela organização de um sistema de significação que o homem a atribui.

A construção da história de um indivíduo é a própria história de uma paisagem, e comporta “significados a partir de um conjunto material e imaterial que proporcione sensibilidade ao homem, reforçando a história coletiva do sujeito e sua identificação com o lugar e, logo com o território, a partir de suas sensações e racionalidades” (CLAVAL, 2002, p.28), sendo relacionada no tempo acumulativo e no poder de renovação constante.

É importante compreendermos que a renovação não implica na relação material realizada continuamente, transformada, mas, embarca o significado imaterial³ de uma paisagem que proporcione a experiência de revigorar uma sensação (muitas vezes imaginária) que implica em atitudes diárias, o resgate contínuo de qualquer história; até porque a vida é dinâmica e as ações, modelagens espaciais na paisagem, as acompanham.

Sentir essa relação material e imaterial da paisagem se torna um exercício automático, mas gradual, pois qualquer estímulo emitido pelos objetos do espaço é denominado sinal (datado de alguma emoção), logo as práticas sociais são fomentadas de sentimentos, tendo as paisagens, significados. Mas, para que isso ocorra, o indivíduo necessita estar bem, permitindo a meditar sobre a sua existência e todas as alegorias no seu entorno, tendo com ele uma relação psicológica equilibrada. Ele precisa ser sensível (SCHIER, 2003). Pois, dificilmente sentiremos a paisagem se não compreendermos todos os sentidos emocionais que detemos.

Então, a paisagem se impregna na conjunção do lugar que se constrói em função de todos os atores sociais do processo de produção do espaço, e a sua consciência se realiza na experiência. Sendo esse espaço a “base da reprodução da vida e pode ser analisado pela tríade habitante-identidade-lugar” (CARLOS, 2001, p.20), repleto de um mundo de significados organizados (TUAN, 1983), tendo, assim, firmado o seu território.

³ O significado imaterial esta atrelado, com ênfase, aos elementos intangíveis da cultura, que num primeiro momento se relaciona aquilo que não tem substância material, todavia, o sentido imaterial se consiste no comportamento tanto manifesto, como não manifesto, pois da relação das crenças, danças, saberes e celebrações, quanto as paisagens, o patrimônio, exprimem sentimentos que são ricos em sentidos particulares. Ou seja, do intangíveis como os tangíveis podemos escrever as emoções, que por serem tal não são concreto em uma visualização física, mas se materializam pelo sentido dado ao elemento ou ação (MARCONI & PRESOTTO, 2009).

Esse mosaico de sensações e experiências compreendidas na formação da paisagem no passar da vida do sujeito, torna-se uma ligação de afetividade e pertencimento do homem com o lugar, envolvendo um laço topofílico que “é o elo afetivo entre a pessoa e o lugar ou ambiente” (TUAN, 1980, p.05) dando segurança e colaborando para a perpetuação de uma história.

Com essa relação a paisagem envolve a construção diária das relações compartilhadas no lugar, e forma geossímbolos presentes na memória de cada sujeito, construindo cenas, pedaços de vida da ação do homem, através dos elementos de resgate e de segurança afetiva oferecidas pelas paisagens. E assim realizando uma forma de se perceber e de se sentir no lugar, promovendo um impulso nos laços de topofilia, dando segurança, estabilidade psicossocial e revigorando as forças para as atividades cotidianas, sendo importante para a construção da identidade do indivíduo com o mundo, retratando o ato da experimentação do ser no espaço e dele toda gama de sentidos humanos que se pode conquistar (TUAN, 1980).

Homem, paisagem e lugar: a memória como reafirmação sociocultural

A memória, como fator de revigoração das lembranças, se constrói na busca da promoção de uma força de integração do sujeito (que ocasiona a ligação da estabilidade emocional) e, também da procura da restauração do sentido de ser na sociedade hipermoderna em que vivemos (propiciando a busca pela sobrevivência). Perceber o exercício dessa relação da memória é urgente e necessário no atual momento que vivenciamos, uma vez que ocorrendo tal movimento, seja pelo tombamento de paisagens como em Diamantina-MG, estaremos ofertando à nova sociedade cibernética que emerge, uma força motriz que pode impulsionar uma vertente de pertencer e fornecendo bases para a construção de uma identidade, principalmente “num mundo em crise de valores e de sentido como é o nosso, onde a questão da identidade deve voltar ao centro das atenções” (HAESBAERT, 1999, p.170). Assim, podemos perceber, ainda, que é:

[...] através da recuperação das memórias coletivas que sobraram do passado (elas materializadas no espaço ou em documentos) e da preocupação constante em registrar as memórias coletivas que ainda estão vivas no cotidiano atual da cidade (muitas das quais certamente fadadas ao desaparecimento) que podemos resgatar muito do passado, eternizar o presente, e garantir às gerações futuras um lastro importante para a sua identidade (ABREU, 2011, p.28-29).

A construção da memória atravessa o sentido da construção coletiva em sua plenitude de propriedade. Pois, o patrimônio histórico arquitetônico e urbanístico,

como exemplo, é sentido como resgate memorial por se escrever no território – físico e psíquico – sentimentos que remetem a lembranças de tramas diárias e de manifestações sociais, mesmo quando é norteadada pela propriedade privada, como grandes casarões e igrejas, de cunho elitista. Mas, entender esta relação de memória é compreender a requalificação do que é história. Os fatos que ocorrem no cotidiano, poucos são lembrados e tratados com atenção pelos pesquisadores. O que culmina na restrição de registros das memórias coletivas, principalmente porque os grupos que dela guardam lembranças, muitas vezes, não estão mais presentes em nossas vidas ou em novas sociedades.

Desta forma os patrimônios culturais podem ser considerados como excelentes estratégias sociais, pois por eles os sujeitos podem:

[...] narram sua memória e sua identidade, buscando para elas um lugar público de reconhecimento... aparecendo como uma metáfora que sugere sempre unidade no espaço e continuidade no tempo no que se refere à identidade de um indivíduo ou de um grupo. Os patrimônios então, são instrumentos de constituição de subjetividades individuais e coletivas” (GONÇALVES, 2002, p.122).

E o Brasil, como um país de municípios relativamente novos, tem a maioria dos seus núcleos urbanos erguidos no século passado. Outras cidades datam o período da colonização, porém, poucas cidades detém de um arsenal do passado com vestígios que valorizam a sua história (ABREU, 2011). E só se pode compreender uma sociedade pelo seu desenvolvimento histórico-político-social, pois um povo que não sabe muito de sua comunidade, pouco sabe dele mesmo. Então, o ato da continuidade de uma vida coletiva se baseia na preservação da história do lugar, e daí “nasce a necessidade de se ter objetos tangíveis no quais se possa apoiar o sentimento de identidade” (TUAN, 1983, p.217).

A cidade tem o dever de se tornar histórica pelo uso e emprego da memória coletiva. E, conseqüentemente, deve instigar o sujeito a se sentir presente na história, seja pelas festas solenes, desfiles, monumentos, livros de história que (en)cantam o retrato de seu lugar, pois estes fatores promovem o respeito que surge no cidadão em relação ao seu local de origem, uma vez que “confiantes em seu passado, estes podem falar em voz baixa e preocupar-se em colocar sua cidade natal em um pedestal” (TUAN, 1983, p.193).

Pensar em se resgatar a memória aparece como sendo a tentativa de materializar o sentimento do sujeito e isso se faz, simplesmente, pela realização do concreto, do visível. Porém, o resgate memorial é o plano de estabilidade social (imaterial) do homem em um apelo para a afirmação em seu lugar. Então, apresentam-se

nessa relação dois contextos básicos da intenção da memória, sendo um, de fator social, e outro, essencialmente, político estratégico, sendo a memória aí realizada por indução para: *i)* afirmação do sujeito enquanto forma de propiciar estabilidade emotiva e, conseqüentemente, a liberação de estímulos para apropriação e modelações espaciais em uma socialização política; e *ii)* na tentativa de emergir um sentimento que reviva a sensibilidade de pertencimento a pátria, um patriotismo construída através de figuras visíveis e, também, imateriais.

A memória, enquanto cultura, em suas diversas formas de se eternizar, se concretiza como o retrato social do homem em seu plano de sonhos e realizações, propiciando um processo profícuo de perpetuação dos sentimentos do ser em função do seu território e do seu lugar, sendo relevante a permanente reavaliação de sua utilização/emprego para a estabilidade dos laços de topofilia do sujeito.

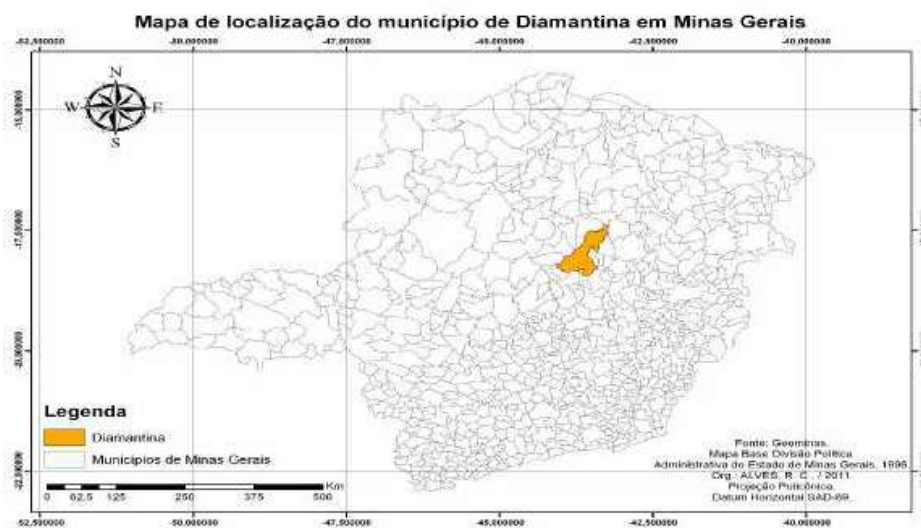
O patrimônio histórico arquitetônico e urbanístico de Diamantina-MG: da preservação a mercantilização

O patrimônio histórico, como elemento representativo, carrega uma gama de benefícios históricos, culturais, econômicos, dentre outros, mas para isso a análise diária de sua preservação deve ser priorizada, ofertando-se, então, qualidade de vida aos cidadãos detentores naturais dos elementos desse patrimônio, aliada a oferta de doação do retrato humanitário a todos os sujeitos, visitantes e cidadãos local. Conseguindo, desse modo, aliar a memória à valorização da vida e não se materializando no processo uma supervalorização de tempos e de agentes (CALDEIRA, 2009). Sendo que esses patrimônios são designados a serem os “guardiões das nossas raízes históricas, nomeados a transmitirem aos novos a memória de um passado, consagrado pela vivência de um grupo, de uma sociedade, construída pelas experiências vividas”(MELO, 2009, p.54).

A (re)descoberta da valorização do passado, expresso no patrimônio histórico, surge como o valor embutido na memória do sujeito. E a tradição da hipermodernidade traz uma espacialidade entre o vivido e o presente para a progressão de um futuro, ocorrendo uma democratização do turismo para a vivência de tempos percorridos. E esta atividade traz uma possibilidade da oferta de destacar as experiências do homem no seu espaço, no retrato do seu mundo, peculiar entre as marcas de experiências carregadas de conflitos e conquistas (pessoais e coletivas). Tendo na paisagem, um referencial histórico-cultural, num quadro social que representa a sua história, devendo ser destacada e valorizada.

Mas, esta valorização, muitas vezes pautada um modelo de paisagem cultural com vínculo de mercadoria, pois paralelamente à conservação do histórico podemos

perceber o surgimento do capitalismo cultural e a mercantilização exacerbada da cultura, por meio do cristal do tempo que se escreve em um legado territorial multifacetado compondo uma rede de referencias e geossímbolos de diferentes dimensões sociais (LUCIARI, 2005; HAESBAERT, 2007). Como no caso do município de Diamantina, localizado no Estado de Minas Gerais (MAPA 01), em que se utiliza do turismo cultural uma forma de propagação das atividades mercantis, marginalizando, muitas vezes, a sutileza, naturalidade e peculiaridade da cultura no e do lugar.



Mapa 01: Localização do município de Diamantina-MG
Fonte: GEOMINAS, 1996. Org.: ALVES, R.C., / 2011

Assim, o patrimônio começa a perder, paulatinamente, o seu papel social de indutor de laços de tofília, do valor afetivo-cognitivo, para transformar-se em um “fetiche” incorporado ao consumo financeiro, como uma “peça da máquina reprodutora do capitalismo pelos elementos culturais” (NIGRO, 2001, p.37), e propiciando uma mudança de sentimento que se modela em um estranhamento das paisagens e das emoções pelo sujeito.

Essa forma de perceber o patrimônio cultural, como expressa em sua representatividade humana e, conseqüentemente, histórico-geográfica, manifesta-se uma super utilização do retrato e grafias humanas para um controle territorial sobre o local tombado. Isso gera uma dinâmica econômica centralizada nos poderes financeiros reinantes na esfera da localidade onde os bens se encontram (o que é visível em Diamantina na valorização da estrutura urbana do centro históri-

co colonial, principalmente pelas atividades crescentes da rede gastronômica e da hotelaria, que aliados ao turismo cultural, impulsionam o mercado na área). E isso pode propiciar uma perda de autenticidade histórica dos elementos, uma vez que o patrimônio cultural arquitetônico e urbanístico é percebido como um produto para o turista, massificando o saber e a história nesse processo, levando à fossilização do pertencimento e do objetivo dos tombos (ALVES & FONSECA, 2011).

Essa análise se fortalece através do gradativo estranhamento que os moradores das áreas periféricas do município sentem, uma vez que o poder público potencializa as atividades culturais e mercantis para a área do centro histórico colonial, promovendo um olhar centralizado para este local, e os moradores de outras áreas se sentem marginalizados por tal incremento tão focalizado espacialmente. Nesse contexto, o turismo cultural é a fatia de mercado em que mais se potencializa nesta matriz de interesses particulares sobre o patrimônio (SWARBROOKE, 2000), o que deve ser revisto. Uma vez que a proposta maior deste é aumentar o vínculo do cidadão com o lugar e mostra aos turistas as territorialidades e variáveis culturais de seus conjuntos que tornam esse lugar, assim, peculiar.

O turismo cultural pode e deve, assim, estar a serviço da conservação e valorização do patrimônio cultural. No entanto, pode acontecer o oposto, o que é mais nítido no Brasil. O patrimônio cultural cria-se em função dos interesses mercantis e, com esse objetivo, é explorado. Nesse sentido, as políticas urbanas e culturais de cidades, como Diamantina, devem ser formuladas e complementadas numa perspectiva de equilíbrio entre o turismo e os patrimônios culturais, procurando-se relacionar a preservação das atividades turísticas à incorporação do patrimônio como ferramenta de inclusão sócio espacial, para não ocorrer uma supervalorização de atividades e interesses particulares (LUCIARI, 2006).

Nesse contexto é que Zukin (1996) percebe o patrimônio cultural assentado na trilogia paisagem, turismo e mercado, como:

[...] uma imagem que é um grande embrulho daquilo que a população pode comprar, um sonho de consumo visual [...] uma lógica de capitalismo industrial ou mercantil, e à sua renovação enquanto um espaço de consumo na última moda por detrás das paisagens em ferro fundido ou tijolos de barro vermelho do passado (ZUKIN, 1996, p.206).

O valor social da paisagem é apropriado aí como mercadoria, e como Sánchez (1997, p.74) registra: “a historicidade – como atributo artístico e, portanto, carregado de valor – é incorporada como um dos elementos básicos de uma estratégia de valorização, transformando centros históricos em objetos de desejo do capital”. Essa realização da mercadoria é visível em Diamantina pela ação dos agentes do turismo

cultural, uma vez que não se percebe esse equilíbrio entre a mercantilização da paisagem do visível para os turistas e a compreensão destas ações para os moradores, principalmente pelo fato das atenções dos empreendimentos de estruturação urbana se concentram na área dos elementos tombados, esquivando-se de ofertar serviços a demais e gerando um, gradativo, sentimento de topofobia (aversão ao lugar) dos moradores em relação aos lugares e as paisagens.

Considerações finais

A relação da paisagem como patrimônio cultural, bem como a memória do lugar e a interligação dos geossímbolos com os sujeitos, na perspectiva analisada no trabalho, pode ser visualizada na ótica econômica (é até “economicista”), principalmente pela potencialidade do turismo cultural nos locais que ativam a perspectiva mercantil sobre a paisagem, contrapondo-se à relação da experiência afetiva vivenciada pelos sujeitos do lugar.

Uma vez que em nosso estudo de caso (Diamantina-MG), o patrimônio erguido culturalmente, metamorfoseia-se do local para o universal através da sua significância sócio-histórico-cultural, se percebido exclusivamente ou prioritariamente com foco comercial prejudica/compromete a relação topofílica dos diamantinenses com a sua própria cidade, visando unicamente, atender a demanda do mercado na perspectiva dos “outsiders”, o que remete a necessidade de uma educação patrimonial atuante, conciliando as variáveis; geração de renda e laço de pertencimento dos cidadãos diamantinenses ao lugar.

Referências

ABREU, Maurício. Sobre a memória das cidades. In.: CARLOS, Ana Fani Alessandri; SOUZA, Marcelo Lopes de & SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (Orgs.). *A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios*. São Paulo: Contexto, 2011. p.19-39.

ALVES, Rahyan de Carvalho & FONSECA, Gildette Souza da. A Paisagem cultural como elemento comercial: uma análise do patrimônio histórico de Diamantina-MG. In.: VIII Encontro de estudantes de história e I encontro de pós-graduandos em história. Universidade Estadual de Montes Claros, Montes Claros [Anais...], 2011. p.01-17.

CALDEIRA, Altino Barbosa. As cidades e o patrimônio cultural. *Cadernos de arquitetura e urbanismo*. Belo Horizonte: EdPUC Minas. v.16, n.18+19, p.31-45. 2009.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. *A cidade*. São Paulo: Contexto, 2001.

CARVALHO, Luiz Eugênio Pereira. Trabalho de campo em Geografia e a percepção ambiental. In.: CARDOSO, Antônio & SOUZA, Mário Ângelo de Meneses (Orgs.). *Indicações geográficas e temas em foco*. Teresina: EdUFPI, 2011. p.101-113.

CLAVAL, Paul. A revolução pós-funcionalista e as concepções atuais da Geografia. In.: MENDONÇA, Francisco & KOZEL, Salette (Orgs.). *Elementos de epistemologia da Geografia contemporânea*. Curitiba: EdUFPR, 2002. p.14-28.

_____. A contribuição francesa ao desenvolvimento da abordagem cultural na Geografia. In.: CÔRREA, Roberto Lobato & ROSENDAHL, Zeny (Orgs.). *Introdução à Geografia cultural*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007. p.147-166.

CÔRREA, Roberto Lobato & ROSENDAHL, Zeny (Orgs.). *Introdução à Geografia cultural*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

COSGROVE, Denis. *A geografia está em toda parte: cultura e simbolismo nas paisagens humanas*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.

GEOMINAS. Banco de dados geográficos. 1996. Disponível em: <<<http://www.geominas.mg.gov.br>>>. Acesso em: 11 jul. 2011.

GOMES, Elias. Paisagem e registros de conceitos a partir a Geografia Alemã. In.: VASCONCELOS, Silva (Org.). *Novos estudos de Geografia urbana brasileira*. Salvador: EdUFA, 1999. p.44-62.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. Monumentalidade e cotidiano: os patrimônios culturais como gênero de discurso. In.: OLIVEIRA, Lúcia Lippi (Org.). *Cidade: história e desafios*. Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, 2002. p.108-123.

HAESBAERT, Rogério. Identidades territoriais. In.: ROSENDAHL, Zeny & CORRÊA, Roberto Lobato. *Manifestações da cultura no espaço*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999. p.169-190.

_____. Concepções de território para entender a desterritorialização. In.: SANTOS, Milton & BECKER, Bertha (Orgs.). *Territórios, territórios: Ensaio sobre o ordenamento territorial*. 3ª edição. Rio de Janeiro: DP&A, 2007. p.43-68.

KEESING, Felix Maxwell. *Antropologia cultural: a ciência dos costumes*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

LUCIARI, Maria Tereza Duarte Paes. Centros históricos – mercantilização e territorialidades do patrimônio cultural urbano. In.: *Encontro de Geógrafos da América Latina*. Universidade de São Paulo, São Paulo. [Anais...], 2005. pp.8175-8190.

_____. Patrimônio cultural: uso público e privatização do espaço urbano. In.: *Geografia*, Rio Claro, v.31, n.1, pp.47-60, jan./abr. 2006.

MARCONI, Marina de Andrade & PRESOTTO, Zelia Maria Neves. *Antropologia: uma introdução*. São Paulo: Atlas, 2009.

MELO, Laura Ludovico de. *Ouro Fino: Um arraial... uma Igreja... um Largo... e uma vaga lembrança na paisagem*. 221f. Dissertação (Mestrado) – Instituto Goiano de Pré História e Antropologia. Universidade Católica de Goiás, 2009

NIGRO, Cíntia. *Territórios do patrimônio*. Tombamentos e participação social na cidade de São Paulo. 202f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas (FFLCH), Universidade de São Paulo, 2001.

SÂNCHEZ, Fernanda. *Cidade espetáculo: Política, planejamento e city marketing*. Curitiba: Palavra, 1997.

SCHIER, Raul Alfredo. *As concepções da paisagem no código florestal*. 203f. Dissertação (Mestrado) – Setor de ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2003.

SWARBROOKE, John. *Turismo sustentável: turismo cultural, ecoturismo e ética*. São Paulo: Aleph, 2000.

TUAN, Yi-fu. *Topofilia: Um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente*. Tradução de Livia de Oliveira. Rio de Janeiro: Difel, 1980.

_____. *Espaço e lugar: a perspectiva da experiência*. Tradução de Livia de Oliveira. Rio de Janeiro: Difel, 1983.

ZUKIN, Sharon. *Paisagens urbanas pós-modernas: mapeando cultura e poder*. Revista do patrimônio histórico e artístico nacional (IPHAN), v.23, n. 24, p.204-218. 1996.