



**UNIVERSIDADE DO VALE DO SAPUCAÍ – UNIVÁS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA LINGUAGEM**

PABLO LUIZ MARTINS

**TURISMO, CONSUMO E MEMÓRIA: UMA ANÁLISE DO DISCURSO DA
ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA NA CIDADE TURÍSTICA E HISTÓRICA DE
TIRADENTES/MG**

POUSO ALEGRE – MG

2019

PABLO LUIZ MARTINS

**TURISMO, CONSUMO E MEMÓRIA: UMA ANÁLISE DO DISCURSO DA
ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA NA CIDADE TURÍSTICA E HISTÓRICA DE
TIRADENTES/MG**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem da Universidade Vale do Sapucaí, UNIVÁS, como requisito para a obtenção do título de Doutor em Ciências da Linguagem.

Área de Concentração: Linguagem e Sociedade

Linha de Pesquisa: Análise de Discurso

Orientadora: Profa. Dra. Telma Domingues da Silva

POUSO ALEGRE – MG

2019

MARTINS, Pablo Luiz.

Turismo, consumo e memória: Uma análise do discurso da Administração Pública na cidade turística e histórica de Tiradentes/MG. / Pablo Luiz Martins. – Pouso Alegre: UNIVÁS, 2019. 135 p.: il

Tese (Doutorado em Ciências da Linguagem) - Universidade do Vale do Sapucaí – UNIVÁS – Pouso Alegre, MG.

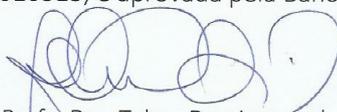
Orientadora: Dr.^a Telma Domingues da Silva

1. Turismo Histórico;
2. Tiradentes;
3. Discurso Turístico;
4. Patrimonialização;
5. Discurso Público

CDD: 410.3

CERTIFICADO DE APROVAÇÃO

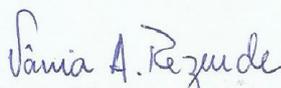
Certificamos que a tese intitulada "TURISMO, CONSUMO E MEMÓRIA: UMA ANÁLISE DO DISCURSO DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA NA CIDADE TURÍSTICA E HISTÓRICA DE TIRADENTES/MG" foi defendida, em 4 de julho de 2019, por PABLO LUIZ MARTINS, aluno regularmente matriculado no Doutorado em Ciências da Linguagem, sob o Registro Acadêmico nº98010313, e aprovada pela Banca Examinadora composta por:



Profa. Dra. Telma Domingues da Silva
Universidade do Vale do Sapucaí - UNIVÁS
Orientadora



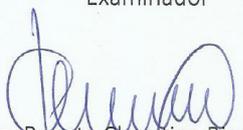
Prof. Dr. Sálvio de Macedo Silva
Universidade Federal de São João del-Rei - UFSJ
Examinador



Profa. Dra. Vânia Aparecida Rezende
Universidade Federal de São João del-Rei - UFSJ
Examinadora



Prof. Dr. Guilherme Adorno de Oliveira
Universidade do Vale do Sapucaí - UNIVÁS
Examinador



Profa. Dra. Renata Chrystina Bianchi de Barros
Universidade do Vale do Sapucaí - UNIVÁS
Examinadora

DOCUMENTO VÁLIDO SOMENTE SE NO ORIGINAL

PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA - PROPPES

Av. Prof. Tuany Toledo, 470 - Fátima I - Pouso Alegre/MG - CEP: 37554-210 - Fones: (35) 3449-9231 e 3449-9248

A minha mãe,
que me ensinou, e continua ensinando entre tantas coisas,
a sempre olhar para as estrelas e nunca para o chão.
Te amarei eternamente e ainda depois...

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, aos meus pais, irmãos, amigos e benfeitores do Plano Maior pela oportunidade do trabalho, de aprendizagem e pelas pessoas que encontrei durante esta jornada.

Às minhas amigas Kelly Torres e Erika Loureiro, que me orientaram no momento certo.

Aos amigos Caroline Miriã, Franciane Alvarenga, Fabíola Alvarenga, Rejane Rocha, Clarisse, Jaqueline, Camila, Elisa e Mario Almeida que sempre me apoiaram e incentivaram na busca pelo conhecimento.

Aos professores das bancas de qualificação e defesa: Profa. Renata, Profa. Maria do Carmo, Profa. Vania, Prof. Sálvio, Prof. Guilherme e Prof. Eduardo, pelas considerações e apoio para a realização desta tese.

À Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ) e, em especial, ao Departamento de Ciências Administrativas e Contábeis pelo apoio fundamental neste momento de doutoramento.

Ao meu amigo Eduardo, que desde o processo seletivo tem me apoiado e sendo meu motorista nas horas necessárias.

A minha amiga e professora Renata, obrigado por tudo.

A minha orientadora professora Dra. Telma Domingues da Silva pelas valiosas considerações e orientações neste trabalho.

Ao meu amigo Daniel, que com toda tranquilidade consegue se organizar para me auxiliar sempre que preciso.

Ao meu amigo Guilherme Carrozza pelas considerações e orientações no trabalho e na vida pessoal.

Aos amigos da secretaria do PPGCL para cordialidade de sempre.

Aos colegas do doutorado pelos momentos de alegrias e “sofrimento” rs

E a todos os demais que participaram comigo deste momento de doutoramento e de desafio na vida pessoal que não citarei nomes para não correr o risco de esquecer alguém, mas todos sabem quem são.

*Caminante, son tus huellas
el camino, y nada más;
caminante, no hay camino,
se hace camino al andar.
Al andar se hace camino,
y al volver la vista atrás
se ve la senda que nunca
se ha de volver a pisar.
Caminante, no hay camino,
sino estelas en la mar.*

*Caminhante, são teus rastros
o caminho, e nada mais;
caminhante, não há caminho,
faz-se caminho ao andar.
Ao andar faz-se o caminho,
e ao olhar-se para trás
vê-se a senda que jamais
se há de voltar a pisar.
Caminhante, não há caminho,
somente sulcos no mar.*

António Machado (1999)

RESUMO

A cidade de Tiradentes, em Minas Gerais, é conhecida e identificada como cidade turística pelos seus "atrativos históricos". Dada esta sua característica, parte-se da hipótese de que o discurso administrativo da/cidade é marcado pelo discurso publicitário, que considera esta como uma cidade que pode ser percebida como objeto de consumo – assumindo que o turismo é uma forma exemplar de mercado e de consumo. As práticas de mercado e as relações de consumo são, portanto, questões tomadas pelas instâncias públicas como questões estratégicas para a administração do desenvolvimento da cidade. Assim, no contexto da pesquisa, observamos que, em especial quanto aos elementos arquitetônicos, a questão da "preservação" histórica presentifica-se necessariamente, tanto nas relações de consumo quanto na administração pública. A preservação histórico-cultural é também, ela mesma, uma prática discursiva, que inscreve formas de gestão política sobre o tecido urbano. Constitutiva do espaço citadino, em Tiradentes, como em outras cidades ditas "históricas", atravessa e marca de modos diversos os diferentes sujeitos na cidade. Assim, a partir do aparato teórico-metodológico da análise de discurso, propomos focar o discurso administrativo, de modo a delimitar nosso corpus de análise. A partir desta delimitação, procuramos compreender a articulação, no âmbito do administrativo, de um discurso turístico em que se gere a cidade de Tiradentes, considerando nela a importância de uma memória histórica a ser "preservada". No desenvolvimento deste trabalho, procuramos compreender discursivamente a prática de patrimonialização que concerne as políticas de preservação, ao significar elementos paisagísticos, históricos ou naturais, como valores em um âmbito humanitário. A prática da patrimonialização assim concernida produz um modo específico de relação com a memória histórica: propomos neste trabalho considerar a patrimonialização enquanto *gesto simbólico* (ORLANDI, 2005). O gesto de patrimonialização da memória inscreve-se na sociedade contemporânea, sociedade de consumo, instaurando espaços urbanos enquanto "museus", locais de memória, e enquanto "experiências únicas", justificando o deslocamento para usufruto do turista. Trata-se neste trabalho de compreender como isso se dá na cidade de Tiradentes. O funcionamento de um discurso turístico, no âmbito do administrativo na cidade de Tiradentes, mostra o confronto, a divisão sobre os sentidos dessas práticas/ discursos/ políticas no espaço público, a não-homogeneidade desse espaço, que se compõe de seus diferentes sujeitos: representantes públicos (Prefeitura), moradores, empresários, turistas, o nativo e o não-nativo.

Palavras-Chaves: Turismo Histórico. Tiradentes. Discurso turístico. Patrimonialização. Discurso Público.

ABSTRACT

This paper aims at reflecting about the tourism-advertising discourse in the city of Tiradentes, located in the state of Minas Gerais, in Brazil. The city is known and identified as a tourist town for its "historical attractions". Given this characteristic, we worked with the hypothesis that the administrative discourse of the city is marked by the advertising discourse, which makes people perceive the city as an object of consumption. Market practices and consumer relations are, therefore, factors taken into consideration by public authorities when defining the strategic issues for the city management and, consequently, its development. Thus, in the context of the research, we observe that, especially in what concerns to the architectural monuments, the issue of historical "preservation" is necessarily present in both consumer relations and public administration. Historical preservation is a crucial part that constitutes the city itself, crossing and marking, in different ways, the most varied subjects around the city. In this manner, from the theoretical-methodological apparatus of discourse analysis, we propose an understanding of administrative discourse as a tourist-advertising discourse and an understanding of the practice of patrimonialization, a concept that describes a specific way of relation with historical memory - as a symbolic gesture (ORLANDI, 2005). This research, which focus on the analysis of this tourism-advertising discourse, from public agencies in the cultural practice of the city of Tiradentes, can contribute to a reflection about the patrimonialization of the memory that is emblazoned in contemporary society, that is, a consumer society. As a result, it was understood that the tourist-publicity discourse from the perspective of Tiradentes city administration, although it is possible to depict in a lot of moments the intention of patrimonialization, it also makes it clear that the accelerated growth and current development of the city is a result not only of the preservation of cultural heritage but also of the sale of memory as a watertight and marketable product that has on one side the administrative institutions of the city, and on the other its citizens, the resident subject or the subject who is born in Tiradentes, the Tiradentino.

Keywords: Historical Tourism. Tiradentes. Discourse Analysis. Patrimonialization. Public speech.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Vila de São José.	41
Figura 2 - Auto de Criação da Vila de São José.....	42
Figura 3 - Serra e cidade de São José.....	43
Figura 4- Quadro de Décio Violaes, que atribui imagem à Tiradentes, aproximando-o à de Jesus Cristo	46
Figura 5 - Vista do casario do núcleo histórico e seu traçado urbano tradicional.....	47
Figura 6 - Ficha de análise para elaboração do Plano de Inventário.....	53
Figura 7 - Divulgação da Semana Santa 2019 de Tiradentes.....	59
Figura 8 - Festa de Nosso Senhor dos Passos.	60
Figura 9 - Divulgação de Workshops e Palestras realizadas pela Prefeitura.....	62
Figura 10 - Jornal divulgando o “patrimônio arquitetônico e histórico” no mercado turístico.	66
Figura 11 - Orquestra e banda Ramalho.	68
Figura 12 - Vista parcial do núcleo setecentista de Tiradentes.....	69
Figura 13 - “Casarios” da Cidade de Tiradentes.....	94
Figura 14 - Patrimônio protegido por tombamento federal.	95
Figura 15 - Brasão da cidade de Tiradentes.	102
Figura 16 - Representação do povo local no carnaval.	113
Figura 17 - Divulgação contra a depredação de espaços públicos.....	114
Figura 18 - Discurso público administrativo.....	116
Figura 19 - Divulgação dos 300 anos da cidade de Tiradentes.....	117
Figura 20 - Divulgação contra a depredação de espaços públicos.....	118
Figura 21 - Logomarca da Gestão 2017/2020 da cidade de Tiradentes.....	119
Figura 22 - Divulgação do Carnaval Cultural de Tiradentes.....	120

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Objetivos e diretrizes do inventário de Tiradentes para a educação, turismo e política urbana.....	54
---	----

LISTA DE SIGLAS

APC-POA	Associação de Proteção ao Consumidor de Porto Alegre
ADOC	Associação de Defesa e Orientação do Consumidor de Curitiba
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CONEP	Conselho Estadual do Patrimônio Cultural
GEPC	Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDHM	Índice de Desenvolvimento Humano do Município
IEPHA-MG	Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
MG	Minas Gerais
OMT	Organização Mundial de Turismo
PNPDC	Política Nacional de Proteção e Defesa do Consumidor
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
SETUR-MG	Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais
UAB	Universidade Aberta do Brasil
UFJF	Universidade Federal de Juiz de Fora
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
UFSJ	Universidade Federal de São João Del Rei

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
2. DISCURSO E CIDADE.....	25
2.1 Discurso: modo de compreensão da língua em funcionamento... 25	
2.2 A produção de sentidos e o sujeito na sociedade	29
2.3 Língua e memória: os sentidos na história	32
3. TURISMO, SOCIEDADE E RELAÇÕES DE CONSUMO.....	35
3.1 Turismo em sentido amplo	35
3.2 A cidade de Tiradentes.....	40
3.2.1 Inventário de proteção cultural	51
3.2.2 A cidade de Tiradentes e seus sentidos.....	57
3.3 Sociedade e as relações de consumo.....	70
4 UMA CIDADE ENTRE O TURISMO E O TURISTA: MEMÓRIA, PATRIMÔNIO E ECONOMIA NA CIDADE DE TIRADENTES	78
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	124
REFERÊNCIAS	129
APÊNDICE 1 – Roteiro de entrevista realizada no setor público	137

1. INTRODUÇÃO

Um cenário que mistura passado e presente, luta e aconchego, escassez e riqueza pode instigar o turismo. Este é um pouco do contexto em que esta tese de doutorado se constrói: o olhar científico do discurso turístico, à luz da fala pública, da cidade de Tiradentes, situada no estado brasileiro de Minas Gerais (MG). Tiradentes, fundada por volta dos anos de 1702 como vila, reconhecida como cidade em meados de 1860 e tombada em 1938, pode ser descrita como um patrimônio cultural-histórico do Brasil que se destaca pelo conjunto arquitetônico e urbanístico. Tal conjunto é composto por representações importantes expressas em construções religiosas, civis e oficiais, resultado da consolidação do período de colonização do território brasileiro, conforme o exposto em documentos de órgãos públicos e outros trabalhos (MILETO, 2009; PLANO DE INVENTÁRIO, 2017, IBGE, 2018; BH, 2019; CAMPOS, 2019; IBGE, 2019).

Na região, destacam-se, ainda, suas riquezas naturais como o artesanato, a cultura, o folclore e a culinária. Ainda segundo os documentos oficiais, a cidade apresenta um dos acervos arquitetônicos mais expressivos de Minas Gerais, em que se veem casarios térreos, em grande maioria, integrados a alguns sobrados, o que caracteriza, podemos dizer, a simplicidade requintada da paisagem aconchegante local (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017). Estes elementos somados à história da construção por escravos no período colonial, por exemplo, instigam o turismo por práticas culturais e por sua história (MILETO, 2009; PLANO DE INVENTÁRIO, 2017, BH, 2019).

As noções de “patrimônio” e “acervo”, com relação a elementos arquitetônicos e outros (objetos artísticos, decorativos, mas também utilitários etc.), indicam um conjunto de práticas na sociedade atual, práticas político-administrativas, que se inscrevem sobre os espaços sociais, urbanos. Isso pode ser observado pelos sentidos “patrimônio” na relação com os elementos históricos da sociedade contemporânea, com os quais são promovidas tais práticas de preservação, que são, portanto, significadas por um discurso de “patrimonialização”, que reverteria os objetos em bens públicos. Ou seja, o discurso de patrimonialização, segundo o contexto acima descrito, incide de

maneira ampla nos mais diversos setores da sociedade, convertendo-se em práticas sociais, político-culturais e econômicas, por meio de instrumentos legislativos e jurídicos em favor da manutenção de determinados elementos como representantes de uma memória histórica.

Essas práticas sociais que fazem parte da sociedade contemporânea são aqui compreendidas a partir de noções da análise de discurso. Pêcheux (1982), ao expor uma noção de arquivo, no âmbito da teoria do discurso, aponta para a interpretação como um “gesto”, como um ato no nível do simbólico. Orlandi (2005) desenvolve, a partir dessa compreensão, a noção de gesto simbólico, conforme apontamos no resumo deste trabalho. O discurso de patrimonialização constitui-se como uma forma de interpretar a memória histórica, social, que incide sobre o espaço urbano, e é nesse âmbito que compreendemos o funcionamento de um gesto simbólico, que monumentaliza prédios e paisagens. Essa prática é uma forma política de relação com a história, com a memória de modo geral, e tem sido, inclusive, levada aos diversos continentes por organizações internacionais, como a Unesco, tornando-se uma política global.

Nesse sentido, procuramos compreender discursivamente a prática de patrimonialização que concerne as políticas de preservação, ao significar elementos paisagísticos, históricos ou naturais, como valores em um âmbito humanitário. Tal prática produz um modo específico de relação com a memória histórica, ou seja, neste trabalho, a patrimonialização é entendida enquanto gesto simbólico (ORLANDI, 2005). O gesto de patrimonialização da memória inscreve-se na sociedade contemporânea, sociedade de consumo, instaurando espaços urbanos enquanto “museus”, locais de memória, e enquanto “experiências únicas”, justificando o deslocamento para usufruto do turista, bem como colocando em circulação o discurso da preservação.

O desenvolvimento de cidades turísticas é um tema que vem se tornando cada vez mais frequente no contexto contemporâneo. Segundo Guimarães (2013), a discussão tem chamado atenção nas últimas décadas no Brasil abrindo espaços para investimento, pesquisa e desenvolvimento. Nesse sentido, estudos multidisciplinares que visam analisar representações sobre este fenômeno têm exigido fôlego acadêmico para análise de fontes de informação diversas, como publicidades e matérias de outra ordem, que tem

um efeito de divulgação, e enaltecem, por exemplo, iniciativas do desenvolvimento de uma região (GUIMARÃES, 2013).

O tema, até os anos de 1930, chamava a atenção, principalmente pelo fato de ser reconhecido, como destaca Guimarães (2013), como estímulo “a criação e melhoria das estradas e atrairia volumosas somas de capitais, uma vez que o turista era imaginado como um indivíduo de posses, viajando em luxuosos transatlânticos ou no seu automóvel de turismo.” Contudo, progressivamente, este cenário mudou e tendências de popularização do turismo marcaram o século XX, de modo que os preços de serviços turísticos se tornaram necessariamente mais acessíveis.

Entende-se que esse novo cenário propiciou práticas de incentivo de agentes sociais, como empresários, publicitários, secretários de turismo. Conseqüentemente, essa nova demanda exigiu a compreensão e transformação de cidades em “cidades fantasmas”, como Tiradentes (objeto de estudo desta tese) - expressão associada ao símbolo de melancolia sentida, principalmente, pelo êxodo de antigos moradores e instituições à capital mineira. Assim, a exploração progressiva do turismo em cidades históricas passou a ser vista como novo setor econômico que, por sua vez, traz impactos positivos ou não, como evidenciou Soares (2006) em seus estudos. A autora alerta para o fato de que tensões são geradas quando a cidade, por parte de uma demanda, é reconhecida como objeto de consumo.

Nesse movimento de desenvolvimento pelo potencial histórico, o Estado de Minas Gerais é, no Brasil, um dos Estados que mais se destaca. Diante desse panorama, buscamos compreender as implicações do discurso administrativo sobre os “atrativos históricos” associados à cidade de Tiradentes, visto que esta é considerada uma das principais cidades que contemplam esse tipo de turismo no país. Albano (2005, p. 273) coloca que está ênfase remonta à “época em que a riqueza que brotava do chão fazia com que homens, das mais variadas procedências e ofícios, desafiassem a natureza e a Coroa portuguesa e constituíssem a primeira sociedade urbana do Brasil colônia”.

Em cidades em que o turismo é a principal atividade econômica, tem-se este como uma prática que permite ao visitante a possibilidade de vivenciar situações distintas como, no caso de Tiradentes, por exemplo, desfrutar da

beleza arquitetônica, conhecer monumentos históricos, conhecer a memória local e apreciar a culinária regional. Tais possibilidades da prática turística convergem com a definição de turismo da Organização Mundial de Turismo (OMT) que define o turismo remetendo-o às “atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros” (OMT, 2019, p.2).

Baseado nessa definição, Mota (2001) complementa que o turismo é um fator que contribui com o desenvolvimento socioeconômico a partir do reconhecimento do espaço como sendo propício para a exploração econômica, na oferta de opções de alimentação, hospedagem e transporte, por exemplo. Diante desta colocação de Mota (2001) e da OMT (2019), compreende-se a necessidade do discurso do poder público-administrativo estar diretamente envolvido na promoção do turismo local, com incentivo à promoção de atividades econômicas que objetivam o desenvolvimento da cidade. Além disso, atenta-se para a preservação local pela prática da patrimonialização, intimamente associada às formas mercadológicas, aos sentidos de consumo, que hoje se estendem indiscriminadamente às relações sociais, sobretudo nos espaços urbanos. E, de fato, como destaca Soares (2006), a exploração da atividade do turismo gera empregos, produz renda, financia a infraestrutura de estradas e transportes entre outros.

A relação existente entre o turismo e sua representatividade para a economia local é ressaltada por Pinto (2014, p. 15), que destaca “o sujeito do turismo como consumidor. Este modo de significar o turismo explica de certa maneira o fato de práticas culturais tornarem-se objeto de consumo nas cidades turísticas.” Porém, esse não é o principal foco do visitante, mas, sim, algo que materialize a lembrança do momento vivido, como a memória histórica e monumentos culturais preservados, responsáveis pelo lazer com entretenimento e experiências ímpares. Nesse sentido, é possível reconhecer que o turismo contribui com a realização de “mudanças na imagem e na identidade de um lugar à medida que se espera que a cidade turística estimule o interesse do turista por ela em vários aspectos: arte, cultura, gastronomia, história etc.” (PINTO, 2014, p. 15). Contudo, como evidenciou Soares (2006) em sua pesquisa sobre os impactos do turismo na cidade de Tiradentes, o

desenvolvimento pode trazer impactos positivos, mas também maléficos. Esse segundo aspecto é apresentado sob a ótica de um olhar singular como artefato de desenvolvimento econômico.

Consideramos fundamental compreender as intervenções no espaço urbano como gestos político-simbólicos, aproximando-nos, assim, das reflexões de Orlandi (2005) sobre o espaço urbano. Nesse sentido, tendo em vista a noção de gesto simbólico, conforme Orlandi (2005), propomos considerar a prática da patrimonialização como tal.

Para tanto, entende-se que as alterações realizadas pelo poder público na cidade de Tiradentes têm o objetivo de atrair cada vez mais pessoas para o turismo, mas também de preservar e enfatizar a identidade regional que engloba os próprios moradores locais. É importante lembrar que, no âmbito dos trabalhos sobre o turismo, são muitas e diferentes as discussões quanto aos impactos do turismo, considerando locais, eventos etc. que atraem quantidades consideráveis de pessoas. Como destaca Soares (2006), a localidade, junto ao desenvolvimento, apresenta impactos gerados pelo turismo, como, principalmente, limitações de ambientes para absorver o fluxo turístico em épocas festivas. Conforme Soares (idem), um problema recorrente nesse tipo de turismo é a conservação e controle da demanda e atividades nos espaços para que se mantenha comunidade local. Contudo a Lei n. 11.771, de 17 de setembro de 2008, que dispõe sobre a política nacional de turismo, é clara ao destacar que o turismo em unidades de conservação deve ser desenvolvido em consonância com os objetivos de preservar seu valor cultural e não só enaltecer seu potencial turístico. É preciso manter as devidas conformidades que entendemos envolver não só o tombamento e a desapropriação, mas também o interesse do povo local.

Pensando-se nessa convivência entre diferentes sujeitos, percebemos o espaço urbano conforme Orlandi (2004, p. 13):

[...] Povos de traços diversos aglomerados em contato físico estreito. Porém não nos interessa só a visibilidade dessa característica, mas seu sentido. O que daí resulta, como isso significa, para quem significa etc. sem esquecer que o próprio espaço e sua conformação urbana é parte dessa significação. (ORLANDI, 2004, p. 13)

No trânsito e convivência que produzem significação para os espaços, nas diferentes cidades, também está o turismo e o turista. Nesse contexto, considera-se que os sentidos produzidos com o turismo, na sociedade contemporânea, são marcados pelas relações de consumo, de modo que os sentidos de mercado e consumo podem eventualmente sobre determinar outras formas de relações, outros sentidos/discursos. Allis (2014) alerta que, por uma crítica de definições políticas, sociais, culturais e econômicas, é necessário pensar e repensar estudos multidisciplinares, interdisciplinares ou transversais que avancem na circulação teórica e empírica em discurso no campo do turismo.

Assim, com a presente pesquisa, procura-se trazer a perspectiva teórica da análise de discurso e sua metodologia para contribuir nessa visão crítica. Para Pereira (2018, p. 46), tal perspectiva implica em se analisar não “somente a prática de consumo, mas também sua dimensão simbólica que constitui um sujeito na sociedade”. Com Allis (2014, p. 32), também se complementa essa reflexão sobre o consumo, considerando que não é uma questão limitada ao consumo econômico, mas que este conceito se expande “a todas as situações que ensejam experiências urbanas.”

Como exemplo, conforme os apontamentos acima, pode-se observar que a partir de sua infraestrutura e oportunidades de lazer, Tiradentes tem se destacado com o passar dos anos como um polo turístico por meio de atrações culturais e históricas que fazem com que o discurso sobre seu valor diante do turismo seja potencializado e popularizado. Todavia, compreende-se, em relação aos “atrativos históricos”, dadas as características de uma cidade turística, que as práticas de patrimonialização (políticas de preservação, significação dos elementos paisagísticos, históricos ou naturais, como valores em um âmbito humanitário, promovendo-se em certos sentidos a relação dos sujeitos com a memória histórica) associam-se à concepção da cidade enquanto “objeto de consumo”, ou seja, por meio do turismo a cidade “oferece-se” enquanto objeto de interesse a ser “consumido”. As práticas de mercado e as relações de consumo são, portanto, questões tomadas pelas instâncias públicas como questões estratégicas para a administração da cidade.

Sendo assim, entende-se, no contexto da presente pesquisa, que a questão da “preservação” histórica, em especial os monumentos

arquitetônicos, inscreve-se destacadamente tanto como parte das relações de consumo quanto da administração pública.

A administração pública é um conceito da área do direito que descreve o conjunto de agentes, serviços e órgãos instituídos pelo Estado com o objetivo de fazer a gestão de certas áreas de uma sociedade, como Educação, Saúde, Cultura, etc. O corpus desta tese se constitui principalmente a partir de uma entrevista com um gestor público e materiais produzidos (publicitários) pelas próprias instâncias públicas. É nesse sentido que a administração pública está presente em nosso trabalho.

Com relação à administração pública do século XXI, encontramos que esta é uma gestão que visa de forma transparente e eficiente o atendimento das demandas sociais (MOTTA, 2013). Contudo, nem sempre foi assim. O modelo contemporâneo que visa o dinamismo, soluções práticas e participação comunitária é resultante de uma reforma administrativa que avançou principalmente com a “Revolução Industrial e com o enfraquecimento dos poderes aristocratas e absolutista” (MOTTA, 2013, p. 82). Todavia esta proposta, da administração pública, denominada aqui de “modelo contemporâneo”, apesar dos avanços, ainda é um desafio frente a tantas decepções trilhadas neste caminho. Sendo assim, entende-se para fins desta pesquisa, que a administração pública, descreve um conjunto órgãos públicos, serviços e seus servidores que instituído pelo Estado versam sobre uma gestão cujo direitos e deveres visam alcançar objetivos públicos em benefício da sociedade. Ou seja, a administração pública deve objetivar o trabalho em favor do interesse público.

Frente a esta discussão, reconhecemos que funciona um discurso publicitário-administrativo na cidade que, de maneira bastante presente, produz-se como mercadoria para a exploração turística. Esse funcionamento é articulado ao espaço público constituído pela memória histórica, relações políticas, sua administração, centralizada nas instâncias nas quais temos, de um lado, a Prefeitura e, de outro lado, seus cidadãos (o sujeito morador ou, ainda, o sujeito que é "natural" de Tiradentes, o tiradentino).

Com base na convergência existente entre os temas e a curiosidade despertada por pesquisas como a de Moreira, Tadioto e Campos (2016) que afirmam que a temática é explorada sob a ótica do sistema capitalista e

impulsionado pela necessidade de um novo olhar no presente trabalho pergunta-mo-nos sobre: **Como o discurso administrativo na cidade de Tiradentes filia-se a memória discursiva do turismo?** E, para responder a esta pergunta, delimitou-se como objetivo geral **refletir sobre** a forma como as instâncias públicas significam-se, em sua gestão, pela relação para com uma cidade, que é e deve ser promovida, identificada enquanto espaço turístico, objetificada para esse consumo mercadológico e ao mesmo tempo **na produção de sentido da cidade de Tiradentes, enquanto “patrimônio histórico”**.

A fim de atender ao objetivo apresentado, consideram-se os seguintes objetivos específicos: compreender o turismo e suas relações de consumo a partir dos elementos da Análise de Discurso; identificar aspectos do discurso de órgãos públicos, quer sejam ao mesmo tempo relacionados ao turismo/mercadológico e aos sentidos de preservação da memória histórica, social, por meio da prática econômica, política e simbólica da patrimonialização dos espaços urbanos, na cidade de Tiradentes.

Tem-se, desta forma, como objeto de estudo nesta pesquisa de doutorado, o discurso administrativo enquanto (ou atravessado por um) discurso publicitário, pautado nas práticas de turismo na cidade histórica de Tiradentes, que será analisado a partir de elementos diversos. No sentido de compreender esse discurso, tomamos como *corpus* de pesquisa: uma entrevista realizada com o Superintendente de Cultura e Turismo da referida cidade; o Plano de Inventário da cidade, documento elaborado pela prefeitura municipal de Tiradentes no ano de 2017 e alguns materiais publicitários produzidos pela prefeitura municipal e divulgados pela mesma.

Para atender a proposta desta tese trabalhou-se sobre a teoria da análise de discurso a qual orientou a compreensão da linguagem por meio das noções de elementos, como, sujeito, discurso, prática discursiva, memória discursiva e gesto simbólico. Um conjunto de entendimentos que possibilitaram a análise nesta pesquisa. Além disso foi realizada uma **revisão direcionada da literatura** para evidenciar as pesquisas já realizadas sobre o tema turismo e publicidade que serviram de base para a construção da fundamentação teórica. Indo além, esse momento também contou com a **análise documental**, cujo objetivo foi identificar e caracterizar o cenário de estudo a partir de dados

qualitativos e históricos, fornecendo, assim, informações que contribuem com o entendimento deste estudo (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013).

Já no segundo momento, selecionou-se como **corpus de trabalho**: texto do plano diretor da cidade de Tiradentes; discurso público administrativo, delimitado por uma entrevista semiestruturada representada pelo Superintendente de Cultura e Turismo da cidade de Tiradentes, realizada aplicada em 22 de agosto de 2018 e, ainda, seleção de materiais publicitários produzidos pela prefeitura municipal e divulgados pela mesma. Assim, os objetos simbólicos materializados no presente *corpus* dessa pesquisa possibilitaram uma reflexão sobre a cidade de Tiradentes enquanto cidade turística. Diante disso, parte-se do pressuposto de que os materiais tomados para a análise são formas de compreender a significação política da cidade em suas relações para os diferentes sujeitos.

A análise foi realizada de maneira transversal, considerando-se a linguagem do sujeito, a partir das evidências e sentidos percebidos no movimento da linguagem, sob a linha da **Análise de Discurso** fundamentada por autores, como, Michel Pêcheux (1999), Eni Orlandi (2002,2009,2016), entre outros. Para o referido domínio teórico, o efeito de evidência marca a relação ideológica dos sujeitos para com os sentidos. Dessa forma, considera-se que o “ponto de partida é o de que a análise do discurso visa compreender como um objeto simbólico produz sentidos” (ORLANDI, 2009, p. 66).

De posse desses conceitos, o percurso metodológico desta pesquisa de tese de doutorado se articula principalmente com os instrumentos analíticos da Análise de Discurso que permitem ao pesquisador relacionar a discussão aos efeitos de completude que se produzem pela evidência, no confronto para com a incompletude que se pode dar a ver pela materialidade da língua. Nesse sentido, Orlandi (2004, p. 66) esclarece que a completude “por sua vez, produz o efeito de ‘evidência’ sustentando-se sobre o já dito, os sentidos institucionalizados, admitidos por todos como ‘naturais’.” Portanto, pode-se assim dizer, que a Análise de Discurso é o cerne metodológico desta pesquisa, permitindo-se trabalhar a partir da interpretação presente na evidencia do discurso turístico, a partir da ótica do administrativo da cidade de Tiradentes.

O modo como Orlandi (2005) compreende a interpretação nos conduziu à consideração da prática de patrimonialização como gesto simbólico, visto

que na sociedade atual, todo objeto e sujeito são capitalizáveis, evidenciando-se nas relações o seu caráter mercadológico. Foi essa ideologia que reverteu no discurso da história como elemento a ser “preservado” enquanto bem, patrimônio. Segundo a autora (2005, p. 22) “é pela interpretação que o sujeito se submete à ideologia, ao efeito de literalidade, à ilusão de conteúdo, à construção da evidência dos sentidos [...] pela [...] subjetividade”. Diante disso, destaca-se que a Análise de Discurso aqui desenvolvida está relacionada ao gesto interpretativo do sujeito analista (autor desta tese) sob os objetos simbólicos analisados (entrevista semiestruturada realizada com o superintendente de cultura e turismo, documento do plano diretor da cidade e material publicitário), também compreendidos enquanto *corpus* da análise de discurso.

Assim, para responder à problemática e atender aos objetivos propostos, esta tese de doutorado está organizada em quatro capítulos. O primeiro capítulo é esta Introdução, em que se faz a contextualização da pesquisa a partir da problemática do estudo e objetivos propostos, assim como se descreve os princípios metodológicos utilizados na intenção de contextualizar o leitor sobre a proposta da pesquisa. Ainda, busca-se justificar sua relevância no cenário de produção científica sobre a temática que trata da realidade de uma cidade tombada como patrimônio histórico cultural do Brasil – Tiradentes.

No segundo capítulo, os conceitos sobre discurso e cidade que, inclusive, nomeiam esse momento da pesquisa, são abordados sob a fala de diferentes autores, como, Gadet e Hak (1997); Pêcheux (1999), Orlandi (2002, 2009, 2016); Silva (2014a); Barros (2015); Gasparini (2015); Moreira, Tadioto e Campos (2016) e Pereira (2018). E, ainda, para que se possa adentrar mais pontualmente na perspectiva da Análise de discurso, o desfecho desse capítulo é dado pela compreensão de sujeito, língua e sentido. Tal integração suscita a compreensão do tema, permitindo a reflexão do discurso turístico a partir de órgãos públicos, voltados para o caso de Tiradentes.

E no terceiro capítulo, discorre-se sobre os constructos teóricos da pesquisa, tratando o turismo em um contexto amplo a partir da discussão de autores, como Fonseca (2002); Molina e Rodrigues (2006); Graça Filho, Pinto e Malaquias (2007); Sant’Anna, Nelson e Oliveira (2011); Guimarães (2013);

Moreira, Tadioto e Campos (2016). A escrita neste capítulo segue trazendo um olhar para a cidade de Tiradentes, apresentando, assim, características locais e práticas culturais de seus moradores onde se tomou por base documentos, como, Plano de Inventário (2017); PNUD (2018); IBGE (2019); IPHAN (2019) entre outros. Os aspectos característicos locais do Município são apresentados para que se possa compreender na atualidade, numa sociedade marcada pelo consumo, a importância da “preservação” histórica da memória, dos sentidos que elas representam. Isso pôde ser observado por meio de uma relação viva com a memória histórica, de uma apropriação do sujeito em relação a essas memórias e não só da preservação do patrimônio cultural de espaços públicos, onde os mais diferentes sujeitos possam eventualmente se reconhecer numa memória preservada. Além disso, apresentando uma continuidade, discute-se a sociedade à luz das relações de consumo, fazendo um breve percurso cronológico de tempos remotos ao período contemporâneo sob a ótica de diferentes autores, como Bauman (2001); Barbosa (2005); Retondar (2008); Andrade e Pereira (2011); Sant’Anna, Nelson e Oliveira (2011); Allis (2014); Carrozza (2016); Scarmanhã et al. (2018) entre outros. Nesse sentido, autores que se dedicaram aos estudos do turismo, sociedade, relações de consumo e temas acerca de Tiradentes foram essenciais a construção deste segundo capítulo.

Assim, apresentado o contexto e os pilares teóricos do presente estudo, no quarto capítulo, considerando-se as discussões propostas por Brasil (2005), Soares (2006), Guimarães (2013), Pinto (2014) e também pelo Plano de Inventário (2017), apresenta-se uma análise, a partir do *corpus* apontado, de modo a contribuir para a compreensão de aspectos significativos da sociedade atual, a partir de um município particular, que tem suas especificidades. Para lograr êxito ao analisar essa complexa realidade de Tiradentes, esse estudo, como já mencionado, foi realizado concebendo um recorte de análise a partir de um *corpus* constituído de: i) entrevista semiestruturada realizada com o Superintendente de Cultura e Turismo da cidade de Tiradentes; ii) Plano de Inventário da cidade realizado pela prefeitura municipal de Tiradentes no ano de 2017; e iii) material publicitário produzidos pela prefeitura municipal e divulgamos pela mesma.

Por fim, intersectando o caminhar teórico, diante da exposição e discussão das referências teóricas, sejam da análise de discurso, sejam das referências complementares, das áreas implicadas aqui, e das análises realizadas, compôs-se as considerações finais apontando conclusões e indicações de estudos futuros. Na sequência, a pesquisa traz a relação das referências bibliográficas utilizadas e apêndices elaborados para auxiliar no desenvolvimento desta tese de doutorado.

2. DISCURSO E CIDADE

Filiado à Análise de Discurso, descreve-se, inicialmente, neste capítulo, a teoria relacionada que caminha na direção e compreensão do sujeito e do sentido – que pode ser compreendido como gesto de interpretação. A articulação na relação entre sujeito e sentido nos faz, discursivamente falando, observar que é pela atuação do sujeito que se constrói o discurso, assim como por meio da ideologia é que se constrói o sujeito. Desse modo, neste capítulo, busca-se articular discussões que auxiliem, a partir da premissa teórica de sustentação de Pêcheux, a responder a seguinte problemática de estudo desta tese: como o discurso administrativo na cidade de Tiradentes filia-se à memória discursiva do turismo?

2.1 Discurso: modo de compreensão da língua em funcionamento

A Análise de Discurso é um aporte metodológico que volta-se para a compreensão do funcionamento da linguagem considerando-se notadamente a língua em seu funcionamento como parte do simbólico, e não como objeto em si, como a Linguística. Como destaca Orlandi (2009, p. 15), ela “não trata da língua, não trata da gramática, embora todas essas coisas lhe interessem. Ela trata do discurso”. Para Orlandi (2009, p. 63),

O discurso, definido em sua materialidade simbólica é ‘feito de sentidos entre locutores’, trazendo em si marcas da articulação da língua com a história para significar. À diferença da Linguística, que calcula formas abstratas, no discurso trabalhamos como o que, como expliquei anteriormente, chamo de formas materiais (linguístico-históricas), formas linguísticas encarnadas no mundo, significando os sentidos e os sujeitos e significando-se pelos sujeitos que as praticam.

Orlandi (idem) ressalta que a origem etimológica da palavra discurso traz a ideia de curso, de algo que está em movimento. Assim, a autora (2009, p. 15) considera que “discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando”. Nessa perspectiva, a autora descreve a relação existente entre três meios, a saber:

Linguística: constitui-se pela afirmação da não-transparência da linguagem: ela tem seu objeto próprio, a língua, e esta tem sua ordem própria. Marxismo: legado do materialismo histórico [...] é a forma encarnada na história para produzir sentidos.
Psicanálise: deslocamento da noção de homem para a de sujeito.
(ORLANDI, 2009, p. 19)

O discurso não é a língua, embora seja esta a base do discurso, a língua está voltada para a própria organização, em diversos sistemas que registram os tipos de relação instaurada entre formas, combinações e sentido a partir de regras de conformidade, por exemplo (ORLANDI, 2009). Para a autora o discurso vai muito além das regras, pois resulta da combinação de circunstâncias em que se fala ou se escreve, resultando assim da correlação de dois polos. A autora (idem), por seu turno, destaca que a Análise de Discurso, ao desenvolver a “confluência desses campos de conhecimento, irrompe em suas fronteiras e produz um novo recorte de disciplinas, constituindo um novo objeto que vai afetar essas formas de conhecimento em seu conjunto: este novo objeto é o discurso”. (ORLANDI, 2009, p. 20).

Nesse contexto, torna-se possível compreender a convergência de diferentes áreas do conhecimento que, por sua vez, tem-se a Análise de Discurso

[...] assegurado pela detenção do discurso, ao mesmo passo que pela definição de procedimentos analíticos, atravessando outras áreas e fazendo uso das noções de língua, história e ideologia para, a partir de então, ressignificá-las. (PEREIRA, 2018, p. 22)

Orlandi (2009) ressalta que a Análise de Discurso “articula de modo particular conhecimentos do campo das Ciências Sociais e do domínio da Linguística. [...] essa articulação objetiva a transformação da prática das ciências sociais e também a dos estudos da linguagem” (ORLANDI, 2009, p. 16).

De acordo com Ferreira (2003, p. 190), “a Análise do Discurso de tradição francesa apresenta, como é sabido, um quadro teórico-conceitual constituído de categorias que circulam livremente em outros aparatos teóricos”. Considerando a tradição francesa que a Análise de Discurso carrega, tem-se como seus autores fundamentais Michel Pêcheux, Michel Foucault e Jean Dubois (BARROS, 2015).

Nessa perspectiva, Orlandi (2009, p. 17) aponta que “o discurso é o lugar em que se pode observar essa relação entre língua e ideologia, compreendendo-se como a língua produz sentidos por/para os sujeitos”. Dessa forma, a relação entre o sujeito e a língua não é e não pode ser fechada. Na perspectiva discursiva, concebe-se que a língua é o oposto do que se coloca como transparente, ela é opaca, passível de outras interpretações – aberta ao simbólico.

Assim, de acordo com Orlandi (2009), para a Análise de Discurso, considera-se que

A língua tem sua ordem própria, mas só é relativamente autônoma (distinguindo-se da Linguística, ela reintroduz a noção de sujeito e de situação na análise da linguagem); A história tem seu real afetado pelo simbólico (os fatos reclamam sentidos); O sujeito de linguagem é descentrado pois é afetado pelo real da língua e também pelo real da história, não tendo o controle sobre o modo como elas o afetam. (ORLANDI, 2009, p. 19-20)

E, dentro deste contexto, Orlandi (2009) alerta para a diferença existente entre Análise de Discurso e análise de conteúdo. Para a autora (2009, p. 17), a análise de conteúdo busca compreender o que os textos querem dizer, ou seja, ela “procura extrair sentidos dos textos”. Já para a Análise de Discurso, o texto, enquanto unidade, é uma construção imaginária diante da incompletude e não transparência da linguagem. Neste sentido, Orlandi (idem) explica que:

O texto atesta o modo pelo qual, pela sua função de autor, o sujeito administra a dispersão e a pressão da multiplicidade das possíveis formulações (outras) no mesmo sítio de significação. Jogo intrincado de diferentes formações discursivas, a Unidade resulta de uma construção imaginária que rege a incompletude e a dispersão real dos sujeitos e dos sentidos arregimentada pela força organizadora da ideologia, no funcionamento discursivo das relações de poder que se simbolizam. (ORLANDI, 2009, p. 97)

Nessa perspectiva, ao referir-se à Análise de Discurso, Ferreira (2003, p. 200) destaca que ela não visa interpretar o texto ou o discurso, mas sim “flagrar o gesto de interpretação na sua materialidade, no exato momento em que a interpretação se dá, em que o sentido se faz sentido”. A autora (idem) ainda aponta que

[...] o objetivo da Análise de Discurso é a construção de dispositivos analíticos – estes são objetos de análise de discurso. Assim, a maneira como o sujeito considera seu material, a maneira como ele

constrói seu objeto de análise, seus objetivos, seu campo teórico (espaço onde a interpretação ocorrerá) pode contribuir para o conhecimento do objeto simbólico, bem como do seu processo de significação. (PEREIRA, 2018, p. 26)

Em uma das primeiras publicações sobre a Análise de Discurso, Pêcheux (GADET; HAK, 1997, p. 61-161) expôs o conceito de formações imaginárias como parte das estruturas que formam a base de um determinado discurso, onde “supomos que a percepção é sempre atravessada pelo ‘já ouvido’ e o ‘já dito’, pelos quais se constitui a substância das formações imaginárias”.

Assim, os sujeitos, por se constituírem em suas relações, conseqüentemente, constituem-se na relação com a memória discursiva. Esta vai se formando ao longo da história, a qual está relacionada, para nós analistas de discurso, não como uma somatória cronologicamente marcada, mas sim com a historicidade que significa os dizeres. Segundo Pêcheux (1999, p. 52), a memória discursiva

Seria aquilo que, em face de um texto que surge como acontecimento a ler, vem restabelecer os ‘implícitos’ (quer dizer, mais tecnicamente, os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos transversos, etc.) de que sua leitura necessita: a condição do legível em relação ao próprio legível”.

Conseqüentemente, para Pêcheux, a fala não é dita a partir da nossa perspectiva, mas sim “da memória social inscrita em práticas” (PÊCHEUX, in ACHARD, 1999, p. 50 *apud* CARROZZA, 2016, p. 75). Isso equivale a considerar que a produção de sentidos, a partir de determinadas formações discursivas, tem em vista o papel da memória que seria

O de fixar um sentido sobre os demais (também possíveis) em uma dada conjuntura. Ou ainda, vista deste ângulo, à memória estaria reservado o espaço da organização, da linearidade entre passado, presente e futuro, isto é, a manutenção de uma coerência interna da diacronia de uma formação social. (ORLANDI, 2002, p. 41)

Nessa conjuntura, observamos que a ideologia constitui a formação social e os indivíduos são, portanto, interpelados em sujeitos pela ideologia, assim os processos discursivos vão significando o tirandentino, por exemplo, a partir de um imaginário. Logo, “sujeito e sentido se produzem simultaneamente, nas relações entre os discursos, por meio das identificações

produzidas por estes” (SILVA, 2014a, p. 22). Neste limiar os conceitos de sentido e sujeitos são apresentados nos tópicos a seguir à luz do discurso publicitário produzido no âmbito do administrativo e do discurso de preservação, que age sobre a significação do corpo urbano.

2.2 A produção de sentidos e o sujeito na sociedade

Inicia-se este tópico lembrando que a presente discussão se dá em torno do discurso administrativo-publicitário que envolve o sujeito na/da cidade de Tiradentes, tendo como observação importante, entre outros, o papel da memória. Assim, pode-se dizer que tal discurso (por ser administrativo-publicitário) projeta a imagem de uma cidade “ideal” a ser “consumida”. De outro lado, porém, temos um possível “consumidor” que está prestes a “comprar ou não” o que lhe é ofertado. Assim, temos atribuições imaginárias que os sujeitos fazem de si e dos outros e isso faz com que seja preciso discutir a constituição desses sujeitos sob o olhar discursivo.

Para se discutir a questão do discurso, toma-se por base, segundo Orlandi (2016), a constituição dos sujeitos considerando sua relação com a linguagem, interpelados pela ideologia, que trazem ao discurso suas posições como relações sociais na história. Para Orlandi (2016, p. 11), “estas posições, por sua vez, filiam-se a redes de memória. Filiações de sentidos, que produzem diferentes formas de discursos”. Em outras palavras, sujeito “histórico, suporte do simbólico, da cadeia significante sempre pronta para a possibilidade de irrupção de sentidos outros.” (FEDATTO, 2011, p.2).

Retomemos a questão do imaginário que, nessa perspectiva, produz imagens do sujeito, logo não falamos de sujeito e sim de posição sujeito. Isso, em AD, equivale a considerar que

Não são os sujeitos físicos nem os seus lugares empíricos como tal, isto é, como estão inscritos na sociedade, e que poderiam ser sociologicamente descritos, que funcionam no discurso, mas suas imagens que resultam de projeções. São essas projeções que permitem passar das situações empíricas – os lugares dos sujeitos – para as posições dos sujeitos dos discursos. Essa é a distinção entre lugar e posição. Em toda língua há regras de projeções que permitem ao sujeito passar da situação (empírica) para a posição (discursiva).

O que significa no discurso são essas posições. E elas significam em relação ao contexto sócio-histórico e à memória (o saber discursivo, o já-dito). (ORLANDI, 2000, p. 40)

Silva (2014a) esclarece ainda que na perspectiva teórica da Análise de Discurso, a unidade de análise baseia-se não no sujeito, mas no seu discurso que pode ser compreendido como seu gesto interpretativo e não no sentido tradicional determinado por nome ou identificação de estar nessa ou em outra designação.

Neste estudo, o sujeito é pensado por meio do espaço histórico-cultural da cidade de Tiradentes, cidade em que certos sentidos de “preservação” se apresentam destacados e necessariamente presentes na sua gestão. A valorização de prédios e de elementos paisagísticos, de modo geral, como representativos da memória histórica, faz-se pela prática da patrimonialização, que produz instrumentos jurídico-políticos de gestão do espaço público das cidades, em um sentido constitutivo de “preservação”. A essa valorização da memória histórica, enquanto patrimônio na sociedade, que se dá por essa política e pelos seus instrumentos jurídicos, sobrepõe-se, ainda, a dados funcionamentos ideológicos presentes na sociedade contemporânea, a valorização desse espaço como objeto de consumo, a partir do turismo. Na sociedade contemporânea, as relações sociais são marcadas generalizadamente pelos sentidos de mercado e de mercadoria – englobando a política de preservação nessa direção.

Tomando como base a noção de “patrimônio”, afiliada ao discurso público do Superintendente de Cultura e Turismo da cidade, a presente análise segue em direção à problemática deste estudo que propôs compreender como se produz um “discurso turístico” a partir dos órgãos públicos, na cidade de Tiradentes. Compreendendo ainda que as formas de gestão da sociedade são sempre, ao mesmo tempo, políticas e simbólicas, compreenderemos a patrimonialização como *gesto simbólico* (ORLANDI, 1996) sobre o tecido urbano, gesto em que se mostram e se produzem sujeitos/ sentidos urbanos, dadas as relações aí possíveis para com a memória histórica. A noção de patrimônio e preservação colocam o sujeito em uma relação objetificada para com a memória, que a imobiliza como “produto”: a história como produto acabado, como ornamento, monumento etc.

Nessa direção, pode-se considerar que o sujeito, aqui, pode ser pensado em variadas constituições: (indivíduos, instituições, empresas), contudo o sujeito do discurso, na linha da Análise de Discurso francesa, é teorizado como um sujeito interpelado pela ideologia que produz o assujeitamento. Esta discussão é tratada por Orlandi (2002, p. 71) como uma “forma-sujeito histórica, com a sua materialidade.” Ao olhar-se para as diferentes formas de estruturação de um espaço, é preciso considerar os sujeitos históricos que ali habitam (FEDATTO, 2011).

Sob esta concepção, Fedatto (2011) alerta que o espaço não deve ser tratado apenas como extensão contínua e divisível, pois os sujeitos ali presentes produzem sentido em relação à cidade e à nação. Com relação ao discurso ambiental, que também fala de “preservação”, Silva (2014a, p. 22) observou sobre um imaginário em relação à produção de sentidos, que oscilava entre dois opostos, levado o sujeito ou a uma identificação para com a produção econômica e simbólica do capitalismo – ou seja, a uma “inserção completa” em tal sociedade, no caso da utilização comercial do “ambiente preservado” – ou pela possibilidade de uma mudança na sociedade “de fora” desta, no caso da representação mística, de uma natureza enquanto produto divino. A oscilação entre esses dois polos pode ser explicativa com relação a essa imobilidade que se percebe, até os dias de hoje, em que as questões ambientais não são ainda devidamente enfrentadas, assumidas, pela sociedade de modo geral.

Quanto à questão da cidade como “patrimônio”, algo semelhante se verifica: falar da necessidade de “preservação”, é falar de um movimento na história que é “destrutivo” – movimento que identifica essa sociedade mesma, a capitalista, a neoliberal, em seus processos de urbanização, de mercantilização etc. Assim, curiosamente, a patrimonialização vai se dar enquanto processo de mercado, oferecendo-se a cidade como objeto de consumo de um tipo de consumidor específico, o turista.

Orlandi (1996), nesta linha, põe em discussão a interpretação como um gesto para ligar o sujeito à sua história pela produção de sentidos. E sob este ponto de vista, a autora coloca a necessidade do analista de discurso ser capaz de descrever montagens discursivas a partir do processo de

significação, iniciando pelos pontos de deriva em que a língua e a ideologia se ligam pelo equívoco já que o sentido não é exato (ORLANDI, 2009).

2.3 Língua e memória: os sentidos na história

A língua pode ser compreendida como artefato para a busca do sentido em determinado contexto e, neste estudo, tal contexto é reconhecido como histórico cultural da cidade de Tiradentes. Focas (2006) traz esta discussão como possibilidade de produção de uma gama de sentidos que se prestam a interpretação ideológica historicamente constituída. E neste movimento, o autor, inclusive, a partir do seu estudo sobre o discurso da Inconfidência Mineira, aponta para a possibilidade de “desconstruções”.

Gasparini (2015), considerando Pêcheux, atribui à língua a condição material que, por sua vez, é de onde advêm o sentido, como base para o discurso. Apesar de se reconhecer o movimento da língua por diretrizes do campo da linguística, no que tange ao discurso a língua apresenta-se com autonomia de um funcionamento não linguístico.

Gadet e Hak (1997) colocam a ideia de que a língua é como

[...] um conjunto de sistemas que autorizam combinações e substituições reguladas por elementos definidos, cujos mecanismos colocados em causa são de dimensão inferior ao texto: a língua, como objeto de ciência, se opõe à fala, como resíduo não-científico da análise. (GADET; HAK, 1997, p. 62)

E, na superfície discursiva, pode-se reconhecer a língua como sustentação do sentido, permitindo a formulação do discurso. Assim, portanto, por um ponto de vista peculiar, que leva em conta o ideológico, sem se restringir ao ponto estritamente linguístico, a Análise de Discurso pode ser compreendida como meio de se compreender contextos distintos, como neste estudo a efetiva realidade, sob o ponto de vista do discurso turístico, da cidade de Tiradentes. É o que Orlandi (2016) define como possibilidade de materialidade da história, uma construção a partir da materialidade da língua. A autora complementa a reflexão ao trazer que sentidos geram

acontecimentos que, por meio da língua, podem ser significados contribuindo com a composição da memória histórica.

Desse modo, entende-se que a compreensão das condições e das relações da língua e do sentido para a Análise do Discurso está fortemente relacionada às condições e relações do sujeito. Em outras palavras, considera-se que a Análise de Discurso se baseia em um tripé, a saber: sujeito, língua, sentido. Uma combinação que traz efeitos de forma simbólica na história cultural e urbana de uma região bem como, conseqüentemente, na construção e divulgação do turismo. Pensar esse tripé é algo importante, o que faremos aqui com relação aos sentidos de preservação/ patrimônio e com relação ao percurso publicitário, levando em consideração os processos de constituição, formulação e circulação de sentidos em uma conjuntura que envolve sujeitos, língua, condições de produção e discurso. O que pode ser reconhecido como um convite para se repensar o discurso publicitário, por exemplo, de uma cidade, de modo que esta não se torne imaterial ou intangível ao seu povo.

Moreira, Tadioto e Campos (2016) corroboram com a discussão ao assumirem que na Análise de Discurso é preciso considerar tanto o sujeito em deslocamento quanto o que convoca o sujeito a se deslocar, pois é no “entremeio das manifestações inconscientes, dos chistes, dos esquecimentos, dos atos falhos, que o sujeito se borda e que o inconsciente emerge como uma possibilidade de resistência à ideologia dominante.” (MOREIRA; TADIOTO; CAMPOS, 2016, p. 625). E, com isso posto, têm-se uma visão influência a ser percebida na área do turismo já que o sujeito em deslocamento pode, sobre a sua experiência de deslocamento, reconhecer na ordem do real, das condições encontradas, uma experiência que confronta um imaginário anterior, idealizado sobre o local. Este estranhamento pode ser compreendido como uma falha de discurso como alertam Moreira, Tadioto e Campos (2016). Para os autores a falha é um estranhamento da ordem real que vai produzir “um abalo no imaginário” do sujeito segundo “suas condições reais de existência” (MOREIRA, TADIOTO, CAMPOS, 2016, p. 625)

Com base nos pressupostos descritos, infere-se que a Análise de Discurso apresenta elementos relevantes para responder a problemática apresentada nesta tese de doutorado, no qual se busca analisar em que medida o discurso turístico de órgãos públicos se apresenta como parte da

historicidade da cidade de Tiradentes. Tal compreensão considera o sujeito, a língua e o sentido para a compreensão dos discursos, considerando-se como parte da “experiência vivida” pelos diferentes sujeitos: turista em deslocamento na cidade (consumidor específico); poder público; administração privada; ou ainda, povo cidadão.

Assim, no que diz respeito à Análise de Discurso, circunscrevendo a história de Tiradentes, faz-se a referência no capítulo seguinte, a partir de um discurso político administrativo e documento textual, na perspectiva discursiva de análise, de uma posição externa, colocando criticamente, sob o gesto interpretativo, a discussão da intervenção publicitária a partir do discurso administrativo. Se levarmos em consideração que o discurso produz o seu objeto e ao multiplica-lo torna-se mais forte, mais normatizador, veremos que a administração – seja de uma empresa, de uma cidade, de um país - se faz de discursos. Ressaltamos aqui que embora a fala do discurso administrativo não seja objeto teórico deste estudo, ele se faz presente como corpus. Dessa maneira, compreendemos que assim como outros discursos, o administrativo também é marcado por ideologias, conseqüentemente, por posições historicamente determinadas. Ele se faz por ditos e não ditos e nunca está acabado, concluído, pelo contrário está permanentemente se construindo, fazendo-se nas suas coerências e nas inconstâncias.

3. TURISMO, SOCIEDADE E RELAÇÕES DE CONSUMO

Neste capítulo, apresentam-se os fundamentos teóricos que norteiam a análise proposta nesta pesquisa de tese de doutorado. Para isso, inicialmente, descreve-se o turismo em sentido amplo de nossa formação social chegando à discussão desse cenário aos dias atuais. Em seguida, discorre-se sobre a cidade de Tiradentes a partir de seu contexto histórico, buscando descrever o processo de crescimento e desenvolvimento a partir de aspectos que caracterizam a cidade pelo seu potencial turístico.

3.1 Turismo em sentido amplo

Muitas definições são dadas para o turismo. Segundo Barreto (2003), a primeira definição de turismo remonta aos anos de 1911 definida pelo economista austríaco Hermann von Schullernzu Schattenhofen que descreve turismo como um conceito que compreende diferentes processos, especialmente os de fins econômicos, que se manifestam entre a chegada, permanência e saída do indivíduo (turista) em uma determinada região, seja, município, estado ou país. Para fins desta tese, entende-se como turismo todas as atividades realizadas por pessoas físicas em viagens, por período inferior a um ano, a lugares diferentes de seu entorno habitual, com finalidade de lazer, negócio ou outro fim que gere movimentação econômica (BRASIL, 2008). Logo, subentende-se que o turismo, em âmbito nacional ou internacional, tem relação direta, segundo parágrafo único da Política Nacional de Turismo, com o “desenvolvimento econômico e social, promoção e diversidade cultural e preservação da biodiversidade.” (BRASIL, 2008, p. 01).

O turismo é um fenômeno que engloba várias dimensões: sociais, políticas, culturais, ambientais e econômicas. A segmentação turística é uma estratégia que considera essas particularidades e diversidades dos serviços e equipamentos turísticos visando direcionar e induzir a formatação de produtos turísticos de qualidade e coerentes com a demanda de cada segmento. (SETUR-MG, 2017, p. 4)

Ao se discutir o turismo é unânime a colocação de que sua característica principal é o tempo de permanência de um indivíduo em outra

região, o que pode ser entendido como “visita para lazer” que inclui alojamento e desfrute de um sistema emissor (envia o turista para fora do local) ou receptor (recebe o turista vindo de fora) como descreve Barreto (2003). Assim, por sua natureza, “o turismo é um fenômeno social complexo e diversificado (BARRETO, 2003, p. 17). Neste sentido, Beni (1998) em suas contribuições aos estudos sobre o turismo aponta que este é um setor da economia que pode auxiliar no desenvolvimento da sociedade desde que planejado sob uma visão sistêmica que integre diferentes pilares, como, sociedade, economia, cultura, política além de seus respectivos agentes. Para o autor o sistema turístico deve contemplar

[...] um conjunto de partes que interagem de modo a atingir um determinado fim, de acordo com um plano ou princípio; ou conjunto de procedimentos, doutrinas ideias ou princípios, logicamente ordenados e coesos com intenção de descrever, explicar ou dirigir o funcionamento de um todo. (BENI, 1998, p. 23)

A exploração da atividade do turismo para Beni (1998) deve assim seguir três tendências “a econômica, a técnica e a holística”. Sendo assim, compreende-se que o conceito de turismo não se limita a atividade turística, isto é, conforme sua finalidade traz diferentes concepções que integram setores como negócio e eventos (SETUR-MG, 2017). Segundo a Setur-MG (2017), o turismo de negócio é aquele explorado a partir de atividades relacionadas à conjuntura econômica existente, como, polos de indústria, pesquisa e estudo técnico científico, enquanto que o turismo de eventos é mais focado em projetos com datas de início e fim definidos pelo esforço de captação e execução de uma atividade fim. De forma geral, compreende-se que o turismo de negócio pode gerar eventos, enquanto que o contrário não necessariamente se estabelece se observado numa visão de longo prazo, por exemplo.

Isso posto, destaca-se que iniciativas de turismo são regidas por um conjunto de leis e normas estabelecidas pelo governo federal com vista a promover fomento financeiro ao setor; estimular a movimentação do turismo nacional e internacional; desenvolver segmentos especiais, como para idosos e pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, entre outras providências que enalteçam princípios de desenvolvimento econômico social

justo e sustentável (BRASIL, 2008). Essa segmentação em diferentes públicos, conforme observamos a partir da análise de discurso, aponta para o funcionamento simbólico da atividade do turismo: tal segmentação constitui imagens de “produtos distintos” a partir também de imagens de consumidores diferenciados, configurando-se assim enquanto um discurso de mercado.

E é frente a esta discussão, sob o olhar de alguns interesses, que nas últimas décadas o avanço acadêmico e a bibliografia especializada têm se consolidado na área (CISNE; GASTAL, 2010b). Todavia, segundo as autoras, a história do turismo, cronologicamente falando, ainda pode ser considerada em desenvolvimento e enriquecimento conceitual, uma vez que as manifestações de práticas e estudos na área vêm avançando não só em termos financeiros, mas também em termos socioculturais, vislumbrando uma fase atual abrangente reconhecida por alguns autores como pós-turismo.

Segundo Cisne e Gastal (2010b), têm-se três momentos distintos do turismo, a saber:

- **Pré-turismo:** fase em que antecede as viagens e se relaciona ao deslocamento humano em *tours* pela região de antecedentes remotos.
- **Turismo-industrial:** marcado pela era das ferrovias e períodos entre guerras. Esta fase passou por momento denominado: i) turismo industrial primitivo, marcado pelo crescimento pós-primeira guerra; ii) turismo industrial maduro quando grandes transformações foram impulsionadas pelo turismo de massa depois da segunda guerra; e iii) turismo pós-industrial marcando um cenário de mudança pela modernização nos transportes, como as estradas de ferro.
- **Pós-turismo:** um cenário constituído entre o final do século XX e início do século XXI, marcado por debates sobre sustentabilidade, globalização e incertezas que envolvem o panorama.

Molina e Rodrigues (2006) alertam que este pós-turismo deve vincular disponibilidade tecnológica, interesses da comunidade local, relações com a natureza, além de interesses públicos e que tal caminho deve ser cauteloso, pois de maneira rápida pode propiciar uma “catástrofe”. Moreira, Tadioto e Campos (2016) alertam para o fato de que práticas de turismo não se concentram em padrões de consumo de um determinado grupo social. Logo, infere-se que esta realidade exige atenção para que se tenha legitimidade entre o interesse público e local (SILVA, 2014a; MOREIRA; TADIOTO; CAMPOS, 2016). Dessa forma, destaca-se que a ação do turismo não deve ser dissociada dos interesses da sociedade do entorno. Segundo os autores, é fundamental considerar, no plano de desenvolvimento, as necessidades locais, bem como a base de identidade da história em suas aspirações. Para isso, segundo Brasil (2008) é fundamental políticas nacionais de turismo já que cabe ao poder público atuar

[...] mediante apoio técnico, logístico e financeiro, na consolidação do turismo como importante fator de desenvolvimento sustentável, de distribuição de renda, de geração de emprego e da conservação do patrimônio natural, cultural e turístico brasileiro. (BRASIL, 2008, art. 4, parágrafo único)

Frente a esta discussão sobre o turismo, em sentido amplo, pode-se afirmar, segundo Campos (2006), que o turismo foi para Tiradentes um resgate dinâmico da economia local após os anos de 1960. Todavia, Moreira, Tadioto e Campos (2016) alertam que ao se apresentarem proposições de desenvolvimento, o discurso é próximo do capitalismo, pois eleva a categoria do objeto impregnada pela ideologia do consumo. Molina e Rodrigues (2006), nesse sentido, chamam atenção para a ameaça de ações padronizadas na área, afinal, as singularidades de cada região são infinitas e devem ser respeitadas para agregar valor ao sujeito visitante bem como o sujeito cidadão, evitando gerar desigualdades ou ao menos minimizá-las. O paradoxo que se coloca para as cidades turísticas é a dependência econômica imposta pelas tendências de mercado, uma vez que uma atividade de turismo pode tanto dar sustentabilidade econômica como também pode contribuir com a degradação da paisagem natural (SILVA, 2014a).

O turismo em sentido amplo pode ser reconhecido como um sistema cuja experiência humana é por excelência desfrutada por muitos indivíduos em momentos importantes de suas vidas (COOPER et al., 2008). Para os autores, o turismo é um sistema em transformação e por isso pode ser reconhecido como um palco em movimento. Esta discussão se aproxima nos dias atuais do conceito de “*city marketing* ou *marketing place*” desenvolvido pelo especialista americano Philipp Kotler e seus seguidores, segundo o qual as cidades passam a ser tratadas como mercadorias (FRATUCI, 2009). Ou seja é um conceito de turismo cuja sua divulgação está relacionada a um marketing que “um lugar que satisfaça as necessidades de seus mercados-alvo” e a satisfação só se completa “quando cidadãos e empresas estão satisfeitos com suas comunidades e atendem às expectativas de visitantes e investidores” (KOTLLER et al., 1993, p.99).

Seguindo esta visão de mudança de conceito e práticas no sistema turístico Sant’Anna, Nelson e Oliveira (2011), em seus estudos, evidenciaram que o processo de transformação de Tiradentes em polo de turismo e cultura aponta para o desenvolvimento econômico local, contemplando criação de estabelecimentos voltados para o atendimento do viajante, como: pousadas, restaurantes, lojas de artesanato, entre outros. Contudo, segundo os autores, por outro lado, tal desenvolvimento trouxe competição a partir da disputa por poder e status, bem como uma configuração de grupos distintos que se identificam a partir da tensão entre sentidos opostos, como “tradicional *versus* o moderno; os nativos *versus* os forasteiros; o centro *versus* a periferia.” (SANT’ANNA; NELSON; OLIVEIRA, 2011, p. 10).

Dessa forma, entende-se que o turismo é um recurso importante para o desenvolvimento de uma região. Para tanto, suas ações devem exaltar a participação da administração e da sociedade local com vista a construir um caminho que integre seis pontos de atenção, como aponta Molina e Rodrigues(2006), a saber: o desenvolvimento do conhecimento científico e das novas tecnologias digitais; a observação das mudanças sociais e culturais presentes; a atenção às formas de controle do espaço e território; a análise do crescimento da pobreza e da violência; a atenção a possíveis ações de terrorismo organizado; e, finalmente, o alerta quanto a problemas ambientais e a possíveis riscos de doenças epidêmicas.

Quando se pensa no turismo em pleno século XXI, como já citado por Molina e Rodrigues (2006) e Dias (2016), não podemos pensá-lo apartado dos dispositivos de tecnologia digitais. E, neste sentido, conforme Dias (2016, p. 260), o discurso digital soma-se ao discurso histórico para ressignificar “as relações em sua forma social a partir da eficácia simbólica dos objetos”. Não se trata de substituições tecnológicas, mas da ordem do discurso da cidade agora constituída pela mobilidade, relações sociais e tecnologias digitais.

Assim, para Dias (2016), o sujeito e o espaço se significam ao mesmo tempo, produzindo um imaginário sobre a identidade que agora podem transcender fronteiras, num movimento libertador de ir e vir como pensado por Pêcheux, na perspectiva de discurso digital. Ou seja, acredita-se que é preciso estar no século XXI pensando no sujeito a partir da natureza de seu vínculo histórico, mas sem desconsiderar o sentido do espaço que se amplia pela conectividade.

Por fim, infere-se que, apesar de complexa a discussão sobre a temática nos últimos anos, abarcando as periodizações existentes, assumindo a base histórica do turismo, reconhecendo o sujeito a partir da identificação e mudança social, tal temática tem ganhado atenção e voz de estudos, planejamento e intervenção. Entende-se esse movimento como um crescimento para o desenvolvimento do fenômeno com vista a subsidiar necessidades do sujeito em movimento no espaço público, relacionando-o à lógica capitalista a partir da qual tudo é visto como mercadoria. E é em atenção a esse fato, a partir da relação de consumo do turismo, que se considera fundamental, como apontam Carrozza e Alvarenga (2016), atentar-se às necessidades do espaço atual, que agora traz além da relação do sujeito consigo mesmo e com os outros também a necessidade da relação histórico e cultural sobre o sentido da totalidade.

3.2A cidade de Tiradentes

A cidade de Tiradentes está localizada no sudeste do Estado de Minas Gerais, pertencendo à microrregião de São João del-Rei que, por sua vez são parte da mesorregião Campo dos Vertentes, local onde a presença de colinas de topo arredondado se destaca.

Figura 1 - Vila de São José.



Fonte: Desenho de Johann Moritz Rugendas. 1824. Publicado pela editora Itatiaia, em 1998, no livro *Viagem pitoresca através do Brasil*, de Johann Moritz Rugendas. Museu da Liturgia <<http://museudaliturgia.com.br/edificacao/historia.php>>, acesso em novembro de 2018.

Os registros que tratam da fundação da cidade de Tiradentes remetem à exploração do local realizada por paulistas, que foram atraídos à região pela possibilidade de encontrar ouro no Rio das Mortes (MILETO, 2009). Este rio, que desemboca no Rio Grande, é marcado pela Serra do Lenheiro e pela Serra de São José, fazendo com que toda a região adjacente recebesse o nome de Rio das Mortes. Foi em 1702 que o primeiro grupo de garimpeiros chegou ao local, visto que havia sido descoberto ouro nas encostas da Serra de São José (IBGE, 2019). Assim se originou o lugarejo que, inicialmente, foi batizado de Arraial de Santo Antônio, em louvor ao santo de devoção dos moradores que ergueram uma capela para materializar sua devoção.

O local logo se transformou em fluxo crescente de garimpeiros, culminando na chamada Guerra dos Emboabas, um confronto ocorrido entre 1707 e 1709 pelo direito da exploração das recentes descobertas do ouro no estado de Minas Gerais (IBGE, 2018). A região em questão era parte da Capitania de São Vicente, dominada pelos bandeirantes paulistas, que não queriam dividir o ouro. Segundo Romeiro (2009, p. 108), esse evento pode ser compreendido como “o despertar do nativismo em solo mineiro, a pungente luta do colonial contra o metropolitano” motivada pela riqueza dos minérios da região. Tal movimento, segundo o autor, foi tido como o primeiro arauto da liberdade contra a opressão da metrópole portuguesa.

Como a situação ficou insustentável, Manoel de Borba Gato, guardador das minas, decidiu expulsar os emboabas da região. Mas como os paulistas eram minoria, foram derrotados e expulsos por Viana, indo na direção de Goiás e Mato Grosso, descobrindo novas jazidas. Por fim, também Viana acabou sendo expulso de Minas pelo governador do Rio de Janeiro, após o massacre feito pelos emboabas contra os paulistas no Capão da Traição.

Palco de lutas entre portugueses e emboabas, a região, berço de Joaquim José da Silva Xavier – o Tiradentes – cresceu no contexto desenfreado da exploração em grande escala do ouro, recebendo bom número de escravos (IBGE, 2019; IPHAN, 2018; GUIA DEL-REI, 2018). Com o passar do tempo, a região foi denominada Arraial Velho do Rio das Mortes, para que assim fosse diferenciado do Arraial Novo do Rio das Mortes – que passa a ser denominada como cidade de São João Del Rei, cujo criação data ao ano de 1713, em homenagem a Dom João V, rei de Portugal (GUIA DEL-REI, 2018). Contudo, apesar dos desafios, o crescimento prosseguia e, em 1718, o arraial foi elevado à vila com o nome de São José, uma homenagem ao príncipe D. José, filho do rei D. João V (PELLEGRINI, 2000). E, segundo Pellegrini (2000), foi nos anos de 1860 que a vila São José passou à categoria de cidade, pela Lei n. 1092, mantendo o mesmo nome.

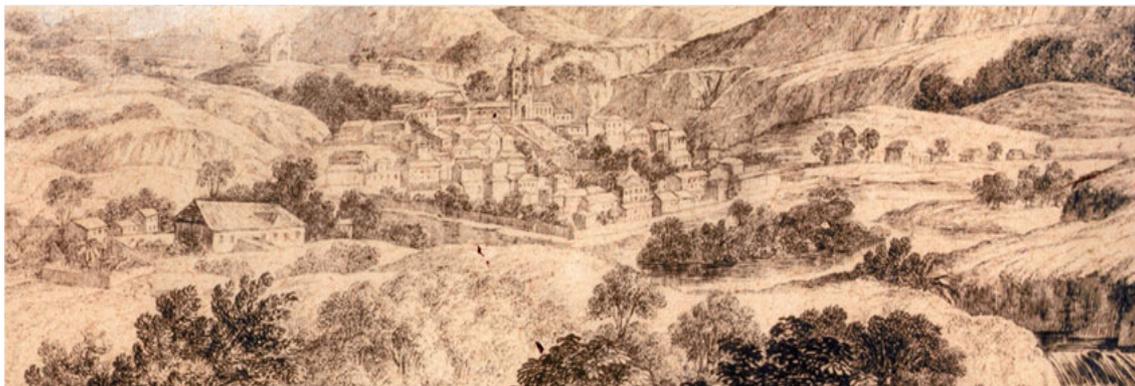
Figura 2 - Auto de Criação da Vila de São José.



Fonte: Secretaria Municipal de Turismo de Tiradentes

O território da vila de São José, representado pela Figura 2, e que hoje, anos de 2019, recebe o nome de zona Metalúrgica, é o local em que surgiram os municípios de Itapeçerica, Barbacena, Conselheiros Lafaiete, Oliveira e Resende Costa.

Figura 3 - Serra e cidade de São José.



Fonte: <<http://museudaliturgia.com.br/edificacao/historia.php>>

O avanço da vila de São José sob a vila de São João evidenciava o desenvolvimento local, que passava a contar com mais escravos, comércio, desenvolvimento urbano e construção de igrejas (IBGE, 2019). Esse quadro se altera diante da escassez do ouro, momento em que o povoado de São João passou por uma transformação em sua atividade comercial e acolheu o surgimento de indústrias têxteis, em especial a Companhia Industrial São Joanense, e a ampliação das atividades comerciais de modo geral. Nessa nova fase, tendo o comércio como principal fonte de renda, em 1838, a vila de São João foi elevada à condição de cidade em 1838 e já contava com cerca de 1.600 casas, distribuídas por vinte e quatro ruas e dez praças (GRAÇA FILHO; PINTO; MALAQUIAS, 2007; IBGE, 2019; BH, 2018). Contudo, destaca-se que esse período foi também marcado por desafios.

Ao mesmo tempo em que se tinha o crescimento do interesse pela região mineira, tinha-se um progressivo declínio da referida sociedade local, devido à queda na extração do ouro. Alguns movimentos da capitania de Minas Gerais, contando com influenciadores de elite mineira, que almejavam apartar o jugo da coroa portuguesa, tiveram dificuldade, por volta de 1782, de seguir o movimento, época em que o governo Luís da Cunha Meneses retomou o

controle da região para a coroa de Portugal que passa novamente a assumir o controle (IBGE, 2019; BH, 2018).

As medidas devolveram a Portugal o poder político que definiu que a partir de então seria cobrado dos brasileiros que encontravam ouro em suas terras altos valores e título de pagamento de impostos a coroa Real. Essa cobrança de impostos foi realizada de forma abusiva e gerou alta insatisfação na população, pois cada região de exploração deveria pagar impostos em arrobas de ouro à metrópole e, em caso de descumprimento (comum, pois o ouro começou a diminuir nas minas), os soldados portugueses invadiam as casas e retiravam pertences até completar o valor a ser pago (FONSECA, 2002; GRAÇA FILHO; PINTO; MALAQUIAS, 2007; IBGE, 2019, BH, 2018).

Esse movimento, em plena queda do ciclo do ouro, que fez parte da Inconfidência Mineira, resultou na união de um grupo de pessoas - os inconfidentes - insatisfeitas com estas ações e, a partir de então, iniciou-se uma conspiração contra a coroa portuguesa: buscava-se uma forma de minimizar esta realidade de abuso político com cobrança de taxas e impostos, levando-se, assim, ao movimento conhecido como Inconfidência Mineira (FONSECA, 2002).

Durante esse período, importantes momentos históricos brasileiros, como, inconfidência mineira e guerra dos emboabas, por exemplo, ocorreram na região onde hoje se localiza a cidade de Tiradentes. Dentre eles, podem ser destacados como mais importantes a Guerra dos Emboabas e a Inconfidência Mineira.

A Guerra dos Emboabas ocorreu entre 1707 a 1709 e se iniciou com a revolta dos emboabas contra os paulistas que descobriram as jazidas e migraram para a região em busca do ouro que já se encontrava em escassez. Após dois anos de disputas, uma emboscada fatal na região do Rio das Mortes, onde se localiza Tiradentes, resultou em milhares de pessoas mortas. Os emboabas saíram vitoriosos, ocorrendo, assim, a saída definitiva dos paulistas da região.

A Inconfidência Mineira teve início com as mudanças políticas promovidas nos governos de Luís da Cunha Menezes (1783 a 1788) e o Visconde de Barbacena (1788 a 1797), que produziram certa insatisfação entre os membros da elite local. Esses senhores viam nas reformas restrições a

ganhos lícitos e ilícitos, afastando, com isso, maiores possibilidades de ganhos, uma vez que pagavam cada vez mais impostos e tinham pequena participação na vida política do país (FONSECA, 2002; MALAQUIAS, 2007).

Desta forma, alguns membros da elite brasileira (intelectuais, fazendeiros, militares e donos de minas), influenciados pelas ideias de liberdade advindas do iluminismo europeu, começaram a se reunir para buscar uma solução definitiva para o problema: a conquista da independência do Brasil. Assim, se denominaram como inconfidentes e eram liderados por Joaquim Jose da Silva Xavier, conhecido também como Tiradentes, pois possuía formação de dentista.

Joaquim José da Silva Xavier nasceu no ano de 1746, na Fazenda do Pombal, distrito de São João del Rei, cidade limítrofe com Tiradentes. Embora não haja registro da data de seu nascimento, há a data de seu batismo, em novembro daquele mesmo ano (SILVA, 2014b).

Já adulto, entrou, então, para a Sexta Companhia de Dragões de Minas Gerais, como alferes - uma espécie de segundo-tenente. Considerado um soldado leal, destemido e eficiente, o que o tornou conhecido como o mais ardoroso adepto do grupo de conspiradores da região, foi preso pela delação realizada pelo coronel Joaquim Silvério dos Reis, segundo consta na história oficial replicada nas escolas. Tiradentes foi preso e logo em seguida enforcado no Rio de Janeiro, no dia 21 de abril de 1792. Após o enforcamento, seu corpo foi esquartejado. As 4 partes foram postas em alforjes com salmoura para serem exibidas no caminho entre Rio de Janeiro e Minas Gerais. A cabeça de Tiradentes foi levada do Rio de Janeiro para Vila Rica, atual Ouro Preto, em Minas Gerais, e ficou exposta em um poste em praça pública. Na terceira noite, sua cabeça foi roubada e nunca mais foi encontrada. A casa de Tiradentes em Vila Rica foi demolida e o chão, salgado, para que nada brotasse naquele solo. (MALAQUIAS, 2007).

Em 1860, no dia 7 de outubro, a vila foi elevada à categoria de cidade pela lei nº 1092, mantendo o seu nome de São Jose del Rei, devido a sua estabilidade econômica, política e cultural.

Somente 98 anos após a morte de Tiradentes homenagens a sua atuação começaram a aparecer. Em 1870, o movimento republicano o elegeu como mártir cívico-religioso e antimonarquista. E, à data de sua morte, foi

declarado patrono cívico da nação em 1890, sendo ele o único brasileiro que tem sua data de morte declarada como feriado nacional. A primeira pintura oficial também data desse ano, de autoria de Décio Villares, que apresenta Tiradentes com uma aparência similar a apresentada ao Cristo, com barbas e cabelos longos, o que diverge do que dizem ser a imagem original, uma vez que Tiradentes como alferes, por determinação do Exército Português, poderia ter somente um discreto bigode. E, ainda, durante o tempo que passou na prisão, assim como todos os presos, tinha seus cabelos e barbas aparados para evitar a proliferação de pragas.

Figura 4- Quadro de Décio Villares, que atribui imagem à Tiradentes, aproximando-o à de Jesus Cristo



Fonte: Coleção do museu histórico nacional.

Em 1889, Silva Jardim, um dos mais atuantes propagandistas da República, em um ato realizado na cidade de São João del Rei, depois de ser atacado verbalmente pelos simpatizantes da monarquia, proferiu um discurso caloroso, como era de seu feitio, e lançou a ideia de que São José del Rei deveria chamar-se Tiradentes ao invés de homenagear um rei português. Sendo assim, por meio do decreto nº 3 assinado em 6 de dezembro de 1889, ainda durante o governo provisório, foi feita a troca do nome da cidade para Tiradentes, nome este que permanece até os dias atuais (FONSECA, 2002). A troca de nomes ocorre justamente nos momentos iniciais de um governo

brasileiro. Portanto, a re-nomeação da cidade é parte de uma afirmação do Brasil como independente de Portugal.

A cidade de Tiradentes, local de memória por meio dos monumentos arquitetônicos do período colonial, carrega ainda portanto essa representatividade da República, pelo gesto da mudança de nome. Sua população vem crescendo nos últimos anos e a ocupação das regiões em torno do centro histórico vem se intensificando. Entre suas principais atividades econômicas está o turismo. Abaixo, pode ser observado brevemente, na Figura 5, parte de seu traçado urbano em primeiro plano e, em segundo plano, no canto superior direito, tem-se a vista da Igreja Matriz de Santo Antônio.

Figura 5 - Vista do casario do núcleo histórico e seu traçado urbano tradicional.



Fonte: Plano de Inventário (2017).

De acordo com os dados publicados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no ano de 2018, a cidade de Tiradentes apresenta uma população estimada em 7.886 habitantes, possuindo uma área total de 83 km². De acordo com o Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil, desenvolvido pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), o Índice de Desenvolvimento Humano do Município (IDHM) é de 0,74, o que é considerado alto, pois quanto mais próximo de 1 maior o desenvolvimento humano (PNUD, 2018, p. 15). É importante apontar que esse índice, ainda, considera como fatores de medida a longevidade (vida longa e saudável), a educação (acesso ao conhecimento) e a renda (padrão de vida).

O crescimento destes índices no Brasil tem impulsionado a especulação de espaços urbanos brasileiros que passam a ser “consumidos enquanto espaços de turismo e de lazer” (CARLOS, 2001, p. 176), e, nesse passo, Tiradentes passou a integrar esse conjunto. São aqui consideradas brevemente as questões representativas de sua história e cultura, dados os objetivos de discutir o discurso publicitário no âmbito da administração da cidade de Tiradentes, uma cidade com essas características de um turismo que se produz pelos aspectos históricos marcantes de sua arquitetura e desenho urbano. Há um órgão responsável pela demarcação desse interesse de “preservação”, que vem a ser o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) uma instituição federal vinculada ao Ministério da Cidadania que responde pela preservação do Patrimônio Cultural Brasileiro. De acordo com o IPHAN (2019), Tiradentes é representada por um projeto arquitetônico de sociedade colonial marcado pelo tempo, fazendo de sua história, arte e cultura parte de seu patrimônio histórico. O IPHAN (2019) destaca que o

[...] patrimônio tombado compreende, além das edificações tipicamente coloniais, os vestígios da forma de ocupação da cidade, o modo como os lotes se subdividem, a formação das quadras, as relações entre as áreas mais densas e as de menor ocupação, assim como as áreas verdes contíguas ao sítio urbano tradicional. A cidade apresenta um dos acervos arquitetônicos mais importantes de Minas Gerais, constituído por construções setecentistas religiosas, civis e oficiais. (IPHAN, 2019, p. 27)

Conhecida por apresentar características expressivas no contexto histórico-cultural nacional, Tiradentes, no ano de 1938, foi tombada como patrimônio nacional. Constituída por monumentos representativos da memória histórica do país, monumentos estes que são constitutivos de um patrimônio cultural da região de Minas Gerais, Tiradentes “representa um importante episódio de interiorização e consolidação da colonização do território brasileiro; oferece um vasto cardápio com diversas opções de lazer e integra uma prestigiada rota turística do país, a Estrada Real” (IPHAN, 2019, p.09).

Observa-se, no texto anterior, extraído de relatório do IPHAN (2019), como a preservação histórica no país encontra-se já em sua base associada a uma exploração mercadológica. Nota-se que a menção ao turismo aí se

apresenta diretamente (“integra uma prestigiada rota turística do país, a Estrada Real”), e é significada por uma metáfora que se dirige a uma concepção de consumo e consumidor: “vasto *cardápio* com diversas opções de lazer”.

A proteção e preservação do patrimônio histórico-cultural são gestos políticos e simbólicos sobre a cidade que tornariam pública a riqueza que caracteriza uma região. Nesse sentido, marcam as relações sociais e interpessoais entre a população e seus bens patrimoniais. Portanto, é importante que iniciativas públicas e privadas contribuam “de forma concreta para orientação do seu planejamento urbano, turístico e ambiente [...] planos e projetos de preservação de bens culturais [...] bem como sua memória histórica de valor único” (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017, p. 93). Assim, entende-se que o turismo de Tiradentes pode ser compreendido como uma “resposta socioeconômica” para que se exerça essa “preservação”, dada uma valorização da memória que a transforma em “patrimônio”, patrimônio da humanidade”. A sociedade tem no turismo uma estratégia para se sustentar, sustentando essa imagem da “preservação”, que “configura-se como fonte de renda ocasionada pela atratividade que representa” (COSTA; OLIVEIRA, 2007, p. 115-116). Destaca-se a fala de Leite (2001), ao afirmar que a dimensão de mercado, oportunizada pela modernidade e globalização, direciona para uma prática que agrega valor aos bens culturais que a cidade possui.

Diante deste movimento, em que intervém um discurso publicitário, dadas as configurações mercadológicas do turismo moderno e atual, o reconhecimento nacional pelo valor histórico cultural impulsionou as atividades associadas às demandas turísticas da cidade de Tiradentes, que passou a ser conhecida mundialmente. Um espaço urbano caracteristicamente marcado pelo monumento histórico, que é visto como potencial turístico, aponta para uma realidade comercial a ser desenvolvida a partir do próprio espaço em que se articulam os elementos culturais e a memória. Nesse contexto, sustenta-se e justifica-se uma política cultural eficaz e comprometida com os resultados (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017). Contudo, Soares (2006, p. 2) alerta para definições econômicas ou empresariais que distinguem a atividade central de disseminação dessa história, o que gerou, além de impactos positivos, algumas tensões pela possibilidade de perdas às vezes irreversíveis ao

patrimônio e à comunidade local “do ponto de vista acadêmico e até mesmo da comunidade.” A população tiradentina apresentava receio de perder sua identidade local, de cidade tranquila e pacata porém com poucas ofertas de emprego e desenvolvimento local.

Orlandi (2016) destaca que, para entender os processos de significação e identificação do sujeito, em especial daqueles que habitam a região histórica de Minas Gerais, é importante ter conhecimento sobre os elementos de memória e seu significado. Assim, torna-se fundamental compreender como esses elementos produzem significação e sentidos. Massmann e Floriano (2016), ampliam a reflexão ao destacarem que a

[...] tarefa de analisar e explicar os fenômenos decorrentes deste processo histórico-social de formulação e circulação de sentidos, de certa maneira, movimenta-se de uma disciplina a outra e, a partir deste diálogo interdisciplinar, memória, história e significação vão sendo construídas. (MASSMANN E FLORIANO, 2016, p. 57)

Desta forma podemos apresentar que a “preservação” é um efeito. Há todo um movimento e investimento no sentido de que há muito trabalho sendo feito em prol desse efeito de um ambiente preservado.

Nesse sentido, faz-se pertinente discorrer sobre o material que é identificado em seu valor histórico, fazendo parte de um levantamento enquanto patrimônio pertencente à cidade de Tiradentes, como se propõe no item a seguir, por compreender que estes registros, realizados como gesto de preservação da cultura e história local, compõe uma linguagem “pela qual se organiza a circulação da fala” (ORLANDI, 2004, p. 27-62). Alerta-se, ainda, para o fato de que este movimento não tivesse uma concepção meramente de desenvolvimento, uma vez que os interesses empresariais e públicos estiveram presentes neste processo, todavia, como destaca Neves (2013, p. 15), o discurso de desenvolvimento do turismo “gerou uma política de ‘restauração’ das arquiteturas ‘históricas’ e a modificação material e simbólica do centro de Tiradentes”.

3.2.1 Inventário de proteção cultural

O inventário de proteção cultural é um documento elaborado por uma equipe de profissionais que tem como propósito amparar a política de preservação. Além de auxiliar na construção da identidade do município, o Plano de Inventário foi organizado de modo a valorizar e reconhecer a cidade de Tiradentes como uma cidade turística, o que marca um tipo de exploração econômica, como uma de suas características, pois o interesse pelos monumentos e cenário histórico é fonte de renda para crescimento e desenvolvimento.

Considerando o olhar de preservação e proteção do patrimônio, definiram-se ações e políticas culturais que contribuíssem com a realidade turística histórico-cultural da cidade de Tiradentes. A partir desta perspectiva, destaca-se que o Plano de Inventário está amparado “pela Lei de Proteção do patrimônio cultural municipal e em obediência às condições prescritas na Deliberação Normativa do Conselho Estadual do Patrimônio Cultural (CONEP), no 01/2016 | DN no 03/2017 CONSOLIDADA”, no qual “o município coloca-se como instrumento de identificação, documentação, proteção e promoção do patrimônio local” (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017, p. 5).

Considerando os fatos históricos da cidade de Tiradentes, bem como sua estrutura física, destaca-se que o inventário de proteção cultural foi organizado com o propósito de

[...] contribuir de forma concreta para orientação do seu planejamento urbano, turístico e ambiental, a definição de áreas e diretrizes de proteção, educação patrimonial, planos e projetos de preservação de bens culturais, suas reservas ambientais, bem como sua memória histórica de valor único. (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017, p. 93)

Assim, o referido documento dá suporte a políticas de diretrizes que têm como intuito preservar (no sentido de trazer ao presente aspectos passados, tais como festas culturais, monumentos, estruturas físicas de casas e igrejas) a história e a cultura dos gestores que por ali passaram, participando dos gestos políticos significados por esse discurso de preservação, reconhecidos como ações de proteção e preservação do patrimônio, buscando-se desenvolver

uma política cultural eficaz (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017). É, pois, uma política que parte da consideração de que o inventário organizado e publicado pela Prefeitura Municipal de Tirantes “auxilia na construção da identidade municipal baseada no conceito de desenvolvimento sustentável.” (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017, p. 5).

A elaboração do inventário, sob a responsabilidade da prefeitura da cidade, contempla informações relevantes, destacadas a seguir, para a preservação do patrimônio. Foi realizado a partir de pesquisa de campo, consulta documental e bibliográfica, entrevistas, bases cartográficas e fotográficas. Para a coleta das informações, utilizou-se de uma ficha de análise, apresentado a seguir, Figura 6, um documento disponível no Plano de Inventário de Tiradentes:

Figura 6 - Ficha de análise para elaboração do Plano de Inventário.

ICMS PATRIMÔNIO CULTURAL EXERCÍCIO 2017		IEPHA/MG DIRETORIA DE PROMOÇÃO GERÊNCIA DE COOPERAÇÃO MUNICIPAL	
Quadro II – Plano de Inventário			PONTUAÇÃO: 0
1 – MUNICÍPIO: TIRADENTES_PI		[X] SIM [] NÃO	
Apresentação do Trabalho (pasta cartonada, sem plástico, grampo plástico, rubrica, numeração das páginas, legibilidade e assinatura de próprio punho)		[X] Enviou [] Não enviou	
FICHA DE ANÁLISE (do exercício anterior)		[X] Enviou [] Não enviou	
ANÁLISE TÉCNICA	SIM	NÃO	OBSERVAÇÃO
2 – RECOMENDAÇÕES DA ANÁLISE TÉCNICA			
2.1 – Tem recomendações da análise anterior	X		
3 – DADOS DO MUNICÍPIO (sede, distritos, povoados e localidades)			
3.1 – Apresentou Patrimônio Protegido (tombado, registrado e/ou inventariado – se tiver)	X		
3.2 – Histórico	X		
3.3 – Outros (ver observação)			
4 – OBJETIVOS DO INVENTÁRIO			
4.1 – Apresentou objetivos	X		
4.2 – Outros (ver observação)			
5 – CRITÉRIOS DE IDENTIFICAÇÃO DOS BENS CULTURAIS			
5.1 – Apresentou critérios de identificação dos bens culturais a serem inventariados	X		
5.2 – Outros (ver observação)			
6 – CARACTERIZAÇÃO DAS ÁREAS A SEREM INVENTARIADAS (histórica, descritiva e tipológica)			
6.1 – Identificou as áreas	X		
6.2 – Outros (ver observação)			
7 – CARTOGRAFIA (mapas/plantas/croquis com as áreas a serem inventariadas)			
7.1 – Apresentou as áreas em mapas, plantas ou croquis	X		
7.2 – Outros (ver observação)			
8 – LEVANTAMENTO FOTOGRÁFICO (de todas as áreas a serem inventariadas)			
8.1 – Apresentou levantamento fotográfico (mínimo de 6 fotos por área)	X		
8.2 – Outros (ver observação)			
9 – LISTA DOS BENS A SEREM INVENTARIADOS			
9.1 – Apresentou a lista dos bens a serem inventariados		X	*1
9.2 – Outros (ver observação)			
10 – CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DO INVENTÁRIO			
10.1 – Apresentou cronograma (dividido por áreas com todas as categorias de bens culturais)	X		
10.2 – Outros problemas (ver observação)	X		*2
11 – FICHA TÉCNICA			
11.1 – Apresentou ficha técnica	X		
11.2 – Outros (ver observação)	X		*3
12 – ATA DE REUNIÃO DO CONSELHO			
12.1 – Apresentou cópia da ata aprovando o Plano de Inventário		X	*4
12.2 – Outros (ver observação)			
COMENTÁRIOS / OBSERVAÇÕES DO ANALISTA:			
(ver verso)			
OBSERVAÇÃO: A documentação não será pontuada se algum dos itens estruturadores (negrito), fundamentais para a consistência técnica do trabalho, não tiver sido entregue ou não for aceito.			
13 – CONCLUSÃO:			
[] Apresentar, para o próximo exercício, a documentação com as alterações recomendadas.			
PONTUAÇÃO:	[X] 0	[] 1	[] 2
CÓDIGO ALFANUMÉRICO: 1018211-1			Data: 8/4/2016

Fonte: Plano de Inventário (2017, p. 27)

A partir da ficha de análise, o Plano de Inventário foi organizado de modo a trazer informações sobre o município, como se apresenta nos tópicos a seguir:

- Ficha cadastral do município
- Patrimônio protegido no município de Tiradentes
- Lista de bens sugeridos para inventário
- Histórico, contextualização geral e patrimônio cultural
- Objetivos do inventário
- Critério de identificação dos bens inventariáveis
- Divisão e descrição das áreas a inventariar
- Cartografia
- Cronograma de inventário
- Plano de ação
- Divulgação
- Bibliografia
- Ficha técnica

Com base nessas informações, o Plano de Inventário 2017 traz a “ótica da proteção e preservação do patrimônio”. Nesse contexto, a organização do inventário abrange: a educação, o auxílio ao turismo e a instrumentalização das políticas urbanas. No Quadro 1, apresentam-se os objetivos e diretrizes do inventário de acordo com o fator destacado.

Quadro 1 – Objetivos e diretrizes do inventário de Tiradentes para a educação, turismo e política urbana.

	Objetivo	Diretriz
Educação	Considerar que o patrimônio histórico-cultural é produto de uma sociedade, cuja importância e qualidade se afirmam quando tal patrimônio é reconhecido, defendido, preservado e utilizado por esta sociedade.	Promover palestras nas escolas sobre os bens inventariados e visitas aos imóveis protegidos, catalogar as fotografias e vídeos antigos, conversar com os moradores mais idosos da cidade e/ou os mais engajados nas comunidades, organizar concursos de redação e

		maquetes sobre os bens, incentivar a pesquisa e o sentimento de identidade da comunidade com apresentação de mapas mentais, dentre outros
Auxílio do turismo	Utilizar a atividade turística como uma das alternativas para preservação e revitalização dos núcleos e acervos de interesse histórico-cultural. Nesse caso, a atividade turística deve estar associada a ações integradas de desenvolvimento econômico e social, bem como da melhoria das condições de vida da população, principalmente dos moradores das áreas em que se situam os bens culturais e históricos a preservar. Desta forma, contribui-se para o resgate da memória local, a educação patrimonial e a necessidade imperativa da preservação de determinadas áreas urbanas, promovendo assim uma aliança geradora de cultura e riqueza sustentável.	Restaurar e/ou conservar os bens de interesse de preservação (bens tombados e inventariados) e divulgá-los amplamente. Trabalhar no sentido de preservar as características dos núcleos urbanos de importância histórica e seus bens isolados de relevância, combatendo a descaracterização e impactos gerados pelo turismo de massa.
Instrumento de política urbana	Considerar que a paisagem natural e edificada, bem como as manifestações culturais, faz parte do contexto das cidades. O inventário [...] pode sensibilizar e esclarecer o poder legislativo sobre a necessidade de adequar os instrumentos de política econômica, tributária e financeira, bem como direcionar os gastos públicos aos objetivos do desenvolvimento do município.	Relacionar todas as edificações e marcos históricos que devem integrar o patrimônio histórico, arquitetônico e artístico do município, na sede e nos distritos e povoados, quando aplicável. Criar uma compensação para os proprietários de bens de grande valor artístico como, por exemplo, a isenção do IPTU. Viabilizar soluções para as questões relacionadas à infraestrutura de segurança e vigilância das edificações e marcos históricos, caso sejam de tutela estatal. Implantar leis punitivas quanto ao corte de árvores sem prévio

		<p>consentimento do Conselho de Patrimônio Histórico do Município. Maximizar a utilização de espaços físicos existentes, abrigando atividades integradas relacionadas à cultura, patrimônio e turismo, em ação intersectorial entre os órgãos públicos responsáveis.</p>
--	--	--

Fonte: Plano de Inventário (2017, p. 94-95).

Para compor o inventário, no qual se destaca a identificação dos bens passíveis, tem-se como referência o histórico do município de Tiradentes. Para isso, consideram-se as principais transformações e acontecimentos que compõem esse processo de consolidação do patrimônio material e imaterial. Como referência da identificação dos bens culturais, foi considerada a definição do Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais (IEPHA-MG), publicada pela Deliberação 01/2005.

Constituem bens culturais, não somente o conjunto de edificações e objetos por meio dos quais se atribui valor a expressões e significados coletivos, mas também os elementos referenciais da geografia física e humana, a configuração de vias e parcelas de moradia remanescentes de determinados períodos de formação da cidade, as formas de uso e ocupação do território, os arquivos jurídico-administrativos, institucionais, particulares e religiosos, os bens de natureza intangível, isto é, bens que documentam tanto a continuidade quanto o esquecimento histórico e contribuem para a formação da memória e do potencial criativo dos indivíduos e da diversidade cultural local e regional. (BRASIL, 2005)

Além dos critérios apresentados pelo IEPHA/MG, destaca-se ainda que, para a identificação dos bens, considerou-se:

Aspectos Econômicos – cultura material e imaterial que surge a partir da instalação de atividades de trabalho e geração de renda e da extração de matéria-prima local.

Aspectos Administrativos – divisão administrativa da sede, distritos, zona urbana e zona rural.

Aspectos Geográficos – elementos do meio físico e de redes de comunicação, tais como rios, ribeirões, córregos, nascentes, clima e vegetação, formações geológicas (serras, morros, chapadas, picos etc.), rede rodoviária e ferroviária, malha urbana, dentre outros.

Aspectos Culturais – conjunto de referências, suportes [meios e formas] e expressões de indivíduos e dos diferentes grupos sociais

que constituem a diversidade cultural do município. (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017, p. 97).

A partir dessa explanação, em um contexto geral, considera-se que o inventário tem como foco a proteção histórico-cultural de Tiradentes, de modo que o município seja valorizado enquanto *locus* dinâmico, visto que “muitas foram e ainda são as práticas socioculturais (re)construídas pelos seus moradores, tendo como cenário principal o próprio viver cotidiano dessa localidade e os impactos do turismo” (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017, p. 93).

3.2.2 A cidade de Tiradentes e seus sentidos

As cidades, para além de seu significado primário de aglomerações urbanas, são lugares multifacetados, vivos, que respiram por meio de seus habitantes que se transformam e que, concomitantemente, transformam aqueles que lá vivem. Destarte, podem ser analisadas sobre perspectivas várias. Assim, a cidade de Tiradentes será abordada, neste item, a partir de perspectivas religiosas, educacionais, econômicas e culturais.

No concernente à questão religiosa, Tiradentes se destaca por sua população predominantemente católica. Nesse sentido, é possível vivenciar na cidade, em períodos diversos do ano, manifestações religiosas dedicadas à celebração dos santos católicos, em especial, a Santo Antônio, padroeiro da cidade. É interessante notar como a crença religiosa afeta a vida dos habitantes, que carregam de significação religiosa seu cotidiano, especialmente em relação aos ritos católicos que permeiam o dia-a-dia citadino de Tiradentes.

A Igreja Matriz de Tiradentes foi construída no ano de 1732, por iniciativa de um grupo de devotos participantes da Irmandade do Santíssimo Sacramento. Anteriormente, no local, havia sido edificada uma capela que, posteriormente, tornou-se uma paróquia. Inclusive, é a partir dessa ascensão da Igreja Matriz que Tiradentes passa de “arraial” à “freguesia” e, por fim, à vila. Isto é, a construção confere grandiosidade à cidade. Tiradentes, junto às outras cidades chamadas históricas de Minas Gerais, faz parte da representatividade da arquitetura, história e cultura colonial. A construção dessas cidades remete ao processo de colonização do/ no país, em que se impingia a fé católica como parte da dominação política e cultural.

De forma complementar, destaca-se que há hoje, na cidade de Tiradentes, de pouco mais de 83km² e população estimada em torno de 7 mil habitantes, existem oito igrejas. Outro aspecto bastante relevante é o de que, devido ao seu acervo histórico, muitas das igrejas de Tiradentes funcionam também como museus, de modo que religiosidade e história se unem de maneira próxima. Esses espaços são abertos à visitação, estreitando os laços entre a comunidade e a religiosidade, fato que caracteriza a cidade de Tiradentes (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017). Destaca-se neste ponto, que em muitos espaços é necessário que o turista efetue o pagamento de uma “taxa de visitação” que de acordo com os gestores, será aplicada na manutenção e conservação destes espaços, moradores da cidade ao apresentarem documento comprobatório de nascimento e ou residência, são isentos do pagamento, assim como os turistas durante os eventos religiosos públicos (missas, procissões e etc.)

Para o tiradentino, constitui-se como elemento estruturante de sua vivência religiosa o mito da Paixão. Dentro de seus templos religiosos, sempre são apresentadas imagens sacras, a somente utilização de música barroca. Há nesse sentido, um discurso de preservação do religioso, no aspecto dogmático voltado para a igreja católica. Isso traz como efeito de sentido a manutenção dos aspectos tradicionais de um povo e uma época em que a religiosidade estava posta como fundamental e até “obrigatória” em determinadas sociedades.

Destaca-se, aqui, que cada igreja possui uma lista própria de músicas que podem ser reproduzidas em seu interior e quais são os instrumentos musicais permitidos. Pode-se relatar, também, a tradição da realização de procissões do Senhor Morto, dos Passos (Via Sacra), do Enterro etc.

Durante a realização da Semana Santa, maior evento religioso realizado na cidade, segundo o calendário católico, temos a celebração do Jubileu do Divino Espírito Santo e, seguindo os símbolos sagrados, pode-se reafirmar que os discursos funcionam como elementos da estrutura de significação que reativa e reatualiza o mito. Isso se dá pela narrativa desse mito que permeia o conjunto dos sermões proferidos nas cerimônias religiosas e missas, realizadas na cidade, praticamente como uma exigência dos fiéis que se reconhecem

nessas narrativas apresentadas pela tradição cultural do que pelos temas sociais ligados à Campanha da Fraternidade, que são divulgados anualmente pela Igreja Católica e também incentivados pelo discurso público, como se pode observar na Figura 7, de elaboração da prefeitura local.

Figura 7 - Divulgação da Semana Santa 2019 de Tiradentes.



Fonte: Pagina Oficial da Prefeitura Municipal de Tiradentes no *Facebook* (2019).

Carmuça e Giovannini Jr. (2003, p. 230) auxiliam nessa reflexão ao apontarem que o discurso proferido intensifica o sentido sagrado das igrejas, bem como enaltece “o uso desses prédios” para fins de consumo, uma vez que passam a ser movidos por interesses culturais e econômicos. Essa realidade observada nos leva a compreender a existência de um “choque de visões de mundo”: se por um lado se tem o sentido sagrado, como ilustrado na Figura 8, por outro, tem-se a divulgação do turismo enquanto objeto de consumo e geração de valor.

Figura 8 - Festa de Nosso Senhor dos Passos.



Fonte: Plano de Inventário de Tiradentes (2017).

A prática **histórico-cultural** na cidade de Tiradentes caracteriza-se pela religiosidade, especialmente a partir da existência de museus e igrejas, pelos quais as festividades apresentam a soma de experiências do contexto histórico às apropriações contemporâneas (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017).

Assim, com base na descrição da cidade de Tiradentes apresentada até aqui, reconhecemos que a memória histórica de uma cidade não se apresenta dissociada da história de vida de seus moradores. Logo, a valorização de todo o conjunto arquitetônico, seja ele histórico ou cultural, somente se dá na sua comunidade, na condição de que remeta à uma memória estabilizada:

Os lugares e os objetos – poderiam ampliar esse leque a partir do conceito de patrimônio cultural – são como recipientes da história das sensibilidades e emoções. Ou seja, eles, por si mesmos, não significariam nada além de suas qualidades físicas, mas o patrimônio cultural associa materialidade e significados simbólicos. São os significados – a carga de afetividade, de conflito, de tensão, de emoção presente em monumentos, objetos, edificações, celebrações, saberes e manifestações – que verdadeiramente importam e que verdadeiramente definem o patrimônio cultural. (MARTINS, 2003, p. 59)

Quando tomamos o papel da memória, Pêcheux diz que esta “deve ser entendida aqui não no sentido diretamente psicologista da ‘memória individual’, mas nos sentidos entrecruzados da memória mítica, da memória social inscrita em práticas, e da memória construída do historiador”. (PÊCHEUX, 1999, p. 52)

Assim, há dois jogos de força na memória:

- um jogo de força que visa manter uma regularização pré-existente com os implícitos que ela veicula, confortá-la como “boa forma”, estabilização parafrástica negociando a integração do acontecimento, até absorvê-lo e eventualmente dissolvê-lo;
- mas também, ao contrário, o jogo de força de uma “desregulação” que vem perturbar a rede dos “implícitos”. ”. (PÊCHEUX, 1999, p. 53, grifos do autor)

No que concerne à **educação**, Tiradentes é uma cidade marcada pela escolarização de seus habitantes, possuindo a maioria de seus jovens matriculados em escolas públicas da cidade. Em 2017, encontravam-se em funcionamento na cidade 04 instituições municipais e estaduais de ensino que ofertavam desde a educação infantil até ensino médio, além de uma escola para crianças e adolescentes portadores de necessidades especiais, conforme apresentado pelo Plano de Inventário da cidade. Além disso, destaca-se a implantação da Universidade Aberta do Brasil (UAB) ofertando cursos de ensino superior em parceria com a Universidade Federal de São João Del Rei (UFSJ), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e a Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Existem também na cidade outras instituições de ensino superior privadas que ofertam cursos superiores em nível de licenciatura e bacharelado, por meio de polos de apoio presencial.

Baseada na relação entre as características culturais e oportunidades da educação, Tiradentes apresenta diferentes núcleos culturais que realizam ações sociais que têm como objetivo promover a convergência entre o passado e o presente, além de viabilizar a preservação patrimonial a partir da criação e manutenção de acervos que disponibilizam documentos diversos (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017). Um exemplo disso são os eventos, promovidos pelo próprio poder público municipal, como pode-se observar na figura a seguir, com o objetivo de promover a conscientização da população quanto a relevância da história da cidade.

Figura 9 - Divulgação de Workshops e Palestras realizadas pela Prefeitura.



Mais informações:

cmunicipaldeturismo@gmail.com

Facebook: COMTUR Tiradentes

Realização:

Apoio:



Fonte: Pagina Oficial da Prefeitura Municipal de Tiradentes no *Facebook* (2019).

Nesse contexto das práticas culturais, torna-se relevante destacar o sujeito turístico e o sujeito cidadão. Para Allis (2014), o sujeito turístico é considerado aquele que tem um objetivo específico com o espaço, podendo ser classificado de acordo com o propósito da viagem. Enquanto, segundo o autor, o sujeito cidadão é aquele que tem alguma vivência corrente no contexto da região, ou seja, traz relações cotidianas como morador da cidade. Com base nas características que a cidade de Tiradentes apresenta, uma cidade histórica que tem sua construção práticas permeadas silenciosamente, destaca-se eventos culturais e o reconhecimento das atividades locais e belezas naturais, considera-se que o sujeito turístico é aquele que manifesta interesse e curiosidade sobre uma realidade diferente da sua e que busca conhecer fatos que já ocorreram e marcaram a história de um local.

Cisne (2010a) destaca que o

[...] sujeito turístico é aquele que está em movimento, exerce a errância inerente ao seu ser, busca com intensidade o encontro com o outro para que, a partir dessa relação com o "Tu", possa encontrar o outro "mói" inerente ao seu ser, ou seja, a outra face, até então desconhecida de si mesmo. (CISNE, 2010a, p. 95)

Considerando as mudanças e transformações ocorridas na sociedade, destaca-se como esse sujeito turístico se faz nas novas situações vividas, no qual se valoriza o crescimento a partir do estranhamento e experiências (CISNE; GATAL, 2010a).

Em relação ao sujeito cidadão, destaca-se que estes assim como a relação entre todo e qualquer sujeito que habitam uma mesma cidade não apresentam homogeneidade de opinião, apesar de Carvalho e Simões (2011, p. 13) destacarem que o sujeito cidadão remete àqueles que “compartilham os mesmos significados, formando aquilo que se denomina comunidade de sentidos, habitação, habitar, portanto, expressam um grau superior e constante de apropriação”. Os autores ainda destacam que, para este sujeito, existe uma relação contínua e que se faz presente no cotidiano, criando assim condições para usufruir do ambiente em que vive.

A cidade é uma força social presente no imaginário dos seus habitantes, capaz de gerar sentimento de identificação e solidariedade. A cidade, assim, não se dá aos que a ocupam como um espaço abstrato ou como lugar destinado a apenas certos usos técnicos, tais como circular, trabalhar, morar. Ela possui uma realidade espessa de sentidos particulares relacionados aos movimentos mais tênues do sujeito. (CARVALHO; SIMÕES, 2011, p. 13)

Dessa forma, a prática histórico-cultural da cidade de Tiradentes é considerada como um fator que impulsiona o turismo de modo que as ações realizadas pelas fundações e pelo poder público contemplem o bem-estar tanto do turista quanto dos moradores. Porém, é importante respeitar a possibilidade de diferentes percepções do sujeito cidadão.

[...] que as mudanças trazidas pelo turismo podem não ser benéficas e procurem manter a imagem de uma cidade de economia agrária. Por outro lado, pode haver aqueles que consideram que a imagem de uma cidade turística deve ser mantida, pois o turismo é a principal fonte de renda da cidade. (PINTO, 2014, 34)

Tiradentes recebeu o título de patrimônio histórico nacional, sendo considerada um dos acervos mais preservados do Brasil, especialmente no que diz respeito à arte e arquitetura barrocas. Alcançou o *status* de “patrimônio histórico nacional” em reconhecimento às suas riquezas culturais, momento

em que se destacou como atrativo turístico brasileiro. Pode-se considerar que o turismo contribui largamente com o dinamismo local devido ao crescente movimento de informações e de pessoas a essa cidade, até então denominada por muitos como pacata ou até mesmo fantasma (COSTA, 2010). Silveira (1997 *apud* COSTA, 2010, p. 4) complementa destacando ainda que “no período técnico-científico-informacional, as formas de consumo não-material e, entre elas, o lazer, aumentam e se disseminam no território. Esse parece ser, hoje, o contexto da produção do turismo”. Vale destacar-se também a dimensão econômica causada pelo turismo, no qual contou-se com a geração de empregos e investimento no setor (BOLSON; FERREIRA, 2006).

Em cidades históricas, como é o caso de Tiradentes, o turismo, segundo Costa (2010, p. 5), é conduzido de modo que ocorra um dinamismo que estimula o consumo do espaço e da paisagem e, de acordo com o autor, gera “um novo tipo de comércio e consumo: da cidade-patrimônio, da paisagem urbana histórica e da cultura local”. Diante desse cenário, em que se tem que a presença dos turistas, tem-se uma ação potencial de consumo diversificado, envolvendo artesanato, móveis e produtos alimentícios até a paisagem urbana histórica.

Considerando uma visão em que se busca compreender a relação de consumo entre os turistas e a cidade, conforme aponta Horodyski (2014), onde cada vez mais as cidades relacionam seus atrativos como forma de incentivar o consumo, é importante alertar para a contribuição do estudo do consumo a partir de uma abordagem denominada experiencial, ou seja, onde aspectos emocionais se fazem presentes e influenciam a aquisição de produtos que por sua vez vão trazer ao turista valor agregado. Dessa forma, o consumo passa a ter um caráter mais experiencial do que material. Isto é, a forma como o turista interage com a cidade, suas experiências ao visitar pontos turísticos e se relacionar com o conjunto arquitetônico que inspira religiosidade que afetam de maneira direta o seu comportamento de compra – o turista não adquire tão somente o material, mas também a memória, os cheiros e sabores do que vivenciou na cidade.

Por fim, destaca-se a economia, que teve início por volta dos anos de 1730 com a chegada dos garimpeiros e mineradores à região. Nesse sentido, cumpre ressaltar que estamos nos referindo ao Brasil enquanto colônia de

Portugal, que devia cumprir com a responsabilidade de pagar o “quinto” à Coroa portuguesa. Portanto, ainda que trabalhassem de sol a sol, utilizando modos feudais de extração, era Portugal um grande beneficiário de tal prática. Aqui, cumpre lembrar que, enquanto eram exploradas as jazidas mineiras e entregue o ouro a Portugal, a Europa vivia, no mesmo momento, a revolução industrial – essa confrontação permite analisar as bases desiguais nas quais nossa sociedade se fundamenta.

A cidade, até então conhecida como São José Del Rei, passou por um período de desenvolvimento significativo, apresentando números de crescimento maiores e melhores, consolidados quando comparados com o município vizinho, São João del-Rei, que, por sua vez, atuava como comarca sede. Porém, no início do século XIX, diante das mudanças ocorridas no comércio, a atual cidade de Tiradentes precisou se reinventar, passando a investir na agropecuária, tornando-se restrita à venda de produtos rurais ou artesanais, o que resultou na estagnação de sua economia.

Com o passar do tempo, diante das dificuldades econômicas locais, Tiradentes encontrou novas oportunidades de crescimento a partir do surgimento da valorização de sua memória e cultura, que se constitui, conforme apontamos, ao trazer o Plano de Inventário, em uma listagem de elementos que seriam representativos da memória de uma determinada sociedade, como valor, como “bens” desta mesma sociedade. Sabemos porém que são elencados determinados elementos e silenciados outros, reafirmando-se com isso um poder historicamente pautado em determinada cultura, a despeito de outras culturas, também presentes. Dessa forma, foi a partir do investimento e reconhecimento de uma determinada riqueza histórico-cultural local que a economia da cidade passou a ser traçada pelo turismo, especialmente ao tornar-se polo de práticas culturais, tradição e memória. Conforme podemos observar pelos materiais publicitários elaborados e divulgados pela prefeitura municipal, como mostra a Figura 10 a seguir:

Figura 10 - Jornal divulgando o “patrimônio arquitetônico e histórico” no mercado turístico.



Fonte: Acervo do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.

No editorial dessas reportagens, verifica-se sempre o cuidado de realizar a divulgação do patrimônio “histórico” para o mercado turístico, por meio de imagens e de textos relacionados aos monumentos da cidade. Procura-se também demonstrar que vale a pena conhecer Tiradentes e apreciar a arquitetura “barroca”, como podemos observar:

[...] a pequena cidade de Tiradentes oferece a você o aconchego das deslumbrantes pousadas, deliciosos pratos em diversos restaurantes, a beleza do artesanato local além de um cenário colonial cercado de natureza por todos os lados [...] (TIRADENTES, dezembro de 1999, nº 26).

Temos, pois, que vale a pena conhecer Tiradentes pelo aconchego, pela culinária, pelo artesanato, pela natureza. Para que público esse texto é divulgado? Há uma tentativa, principalmente pela adjetivação, de valorizar alguns aspectos que possam chamar a atenção do turista. Mas não de qualquer turista. Busca-se por aquele que sabe valorizar o patrimônio cultural

da cidade, que é calmo, que busca tranquilidade, aconchego. Há um discurso de valorização do conjunto turístico, posto pela/na publicidade e que lança um não dito: vale a pena conhecer por tais aspectos, caso esses aspectos não estejam de acordo com o que se quer, então, não é esse o turista que a cidade busca.

Consolidada como destino turístico, Tiradentes se desenvolveu na busca de parceria com a população de modo que haja a preservação dos espaços que possibilite a visita dos turistas, além de seu bem-estar, oferecendo, assim, diversas opções de hospedagem e lazer. Para compreender o momento em que a cidade passa a ser significada como centro turístico, é necessário pensar na própria ressignificação de turismo em nossa sociedade. Em tempos nos quais a vida urbana remonta a estresse, medo da violência e falta de qualidade de vida, o “fazer turismo” surge enquanto bálsamo para essa vivência, segundo Adyr Balastrieri Rodrigues (1977, p. 03): “Emerge a indústria do lazer e do turismo, que erige a viagem como única forma de livrar-se das neuroses urbanas, do cotidiano constrangedor das cidades”.

Destarte, devido à relevância de seu patrimônio natural e cultural, Tiradentes se demonstra enquanto um refúgio para os turistas. Seu conjunto arquitetônico, seus festivais religiosos e o imaginário que permeiam as suas ruas antigas são ideais para quem deseja se afastar da “selva de pedras” qualificando-a como turística e fazendo desta sua principal atividade econômica.

Os aspectos naturais, de acordo com o Plano de Inventário (2017), estão relacionados às características que a cidade apresenta, de modo a potencializar e enriquecer o turismo como economia principal e, neste contexto, destaca-se que Tiradentes apresenta um clima com verão suave e invernos amenos. Inserido no ecossistema da Mata Atlântica, a cidade está localizada na Serra de São José, que é um importante sítio natural onde nascem as águas que formam cachoeiras e piscinas naturais. Dessa forma, tem-se que a cidade de Tiradentes é cercada por paisagens marcantes com colinas arredondadas e curso do rio das Mortes que corta o município, tornando-se assim um atrativo para o turismo local.

As manifestações culturais, como ilustrado na Figura 5, representam parte do roteiro e calendário turístico da cidade, especialmente aqueles

relacionados à religiosidade, visto ser esta manifestação uma característica da prática cultural tradicional de Tiradentes, como destacado pelo Plano de Inventário (2017). O turismo também é atraído pela gastronomia típica mineira, com produção de alimentos caseiros como doces, queijos, mel e licores regionais que, por sua vez, ampliam as oportunidades de renda e crescimento econômico da cidade ao envolver a comunidade local. Além disso, há o artesanato local que busca valorizar produtos rústicos de madeira, ferro e estanho.

Figura 11 - Orquestra e banda Ramalho.



Fonte: Plano de Inventário (2017).

O acervo arquitetônico e urbanístico da cidade de Tiradentes é considerado um dos mais importantes do Estado de Minas Gerais, preservando as características e estilo advindos de sua criação, constituindo-se por construções setecentistas religiosas, civis e oficiais (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017). Na paisagem urbana, podem ser observados a simplicidade das casas térreas e o contraste com poucos sobrados que retratavam a riqueza da época, as diversas igrejas de arquitetura religiosa colonial, as pinturas de Aleijadinho e as grandes matrizes e sacristias decoradas de forma única.

Figura 12 - Vista parcial do núcleo setecentista de Tiradentes.



Fonte: <<http://museudaliturgia.com.br/edificacao/historia.php>>, acesso em novembro de 2018.

Diante do cenário apresentado na cidade de Tiradentes, destaca-se que o contexto histórico e seus acontecimentos marcantes para o país geraram como consequência a valorização do estilo barroco e das marcas que fazem parte da história do país, enquanto história construída ideologicamente pelo processo de colonização europeu. Dessa forma, considera-se que alguns fatores contribuíram para a popularização de Tiradentes como local turístico, o qual se relaciona com diferentes ações e eventos ocorridos na cidade. Destaca-se a presença de intelectuais influenciada por Mário de Andrade que, ao organizar a caravana dos modernistas, em 1924, publicou ensaios como “Arte religiosa no Brasil e em Minas Gerais” e posteriormente “O Aleijadinho e sua posição nacional”, divulgando assim a riqueza encontrada em Tiradentes.

Outro fator, de extrema importância para que Tiradentes fosse considerada um local turístico, ocorreu a partir do reconhecimento da importância e necessidade de proteção do conjunto urbanístico histórico e cultural da cidade. Diante desse contexto, no ano de 1936 foi solicitada a organização de um projeto que visasse a proteção ao patrimônio que, por sua vez, foi realizado por Mário de Andrade, ministro da educação e saúde na época, uma vez que, para ele,

[...] o patrimônio a ser preservado é mais que uma mera conservação de monumentos de pedra e cal ou de elementos de objetos rotulados de arte popular, mas sim, como representações simbólicas com que os brasileiros se comunicam através do tempo. (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017, p. 80)

No ano de 1938, o IPHAN tombou o conjunto arquitetônico e urbanístico da cidade de Tiradentes, enfatizando o monumento de arquitetura religiosa e civil presentes.

Com o passar do tempo, a comunidade local passou a investir no comércio, especialmente na produção de joias artesanais, fazendo desta uma ação que marcaria uma das práticas que contribuiriam com o início de um turismo local, tendo esta como uma prática de mercado. Posteriormente, com a ampliação do comércio local e da venda de artesanato, estas atividades se tornariam uma das economias das cidades, visto que a presença de pousadas atraía cada vez mais comerciantes e visitantes. O comércio passou por um período de transformação, especialmente diante dos fatos políticos e econômicos enfrentados pelo país no final de 1990, que “com a entrada dos importados durante o governo Collor, as vendas despencaram de forma estrondosa e a medida econômica imposta pelo mesmo governo levou ao fechamento do comércio da cidade” (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017, p. 84). O comércio de prata e móveis, que se destacou em Tiradentes desde a década de 1970 e contribui com o dinamismo e economia local, contou ainda com a produção têxtil que atraía visitantes. O Plano de Inventário (2017) enfatiza que:

Com o comércio local caracterizado por altos e baixos, se não fosse a intensificação da atividade turística a cidade voltaria à estagnação econômica. Com o crescimento do número de turistas, principalmente pelos eventos que colocaram a cidade em destaque, o comércio e os serviços de apoio ao turismo avançaram consideravelmente. (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017, p. 84)

Nesse contexto, percebe-se o turismo como uma prática de mercado, pautado pelas relações de consumo, em que se permite a relação entre o turismo e práticas culturais. Dessa forma, destacam-se as ações da sociedade e as relações de consumo nela existentes.

3.3 Sociedade e as relações de consumo

Compreender a sociedade em um cenário no qual suas ações e práticas de consumo se fazem presentes torna-se uma reflexão necessária, destacando a relação existente entre linguagem e sociedade que, por sua vez, reforça o diálogo multidisciplinar e interdisciplinar, indicado por Allis (2014), como forma

de compreensão do cenário de estudo. Afinal, reconhece-se que o avanço da área industrial à era do conhecimento tem relação direta com os sentidos de consumo, que hoje se estendem indiscriminadamente às relações sociais, sobretudo nos espaços urbanos.

A sociedade contemporânea é o resultado de um processo de transformações, em que o comportamento, as ações e mesmo os discursos são modificados a cada época. Afinal, como destaca Bauman (2001) a sociedade é dinâmica, está em constante movimento, transformando-se de modo contínuo. Dessa forma, o autor denomina a sociedade como formada a partir da fluidez, visto que se ajusta ao cenário encontrado. A relação com o consumo se faz diante da necessidade encontrada nos hábitos e rotinas, fazendo assim parte da existência social (CARROZZA, 2016). Nesse contexto, Carrozza (2016) destaca a teoria das necessidades humanas, descrita pelo psicólogo da psicologia social Abraham Maslow, o qual aponta que colocar apud

[...] as motivações humanas têm como base necessidades categorizadas em fisiológicas, de segurança, afeto, status e realização pessoal, dispostas hierarquicamente e que levam o ser humano a agir no sentido de saciá-las. Essas necessidades humanas representariam as pré-disposições dos indivíduos em receberem a mensagem de determinado produto que permitiria, com seu consumo, saciá-las. (CARROZZA, 2016, p. 48)

Para Carrozza (2016), a sociedade contemporânea, baseada no conhecimento, é uma sociedade capitalista que atribui valor a objetos que podem não ser necessários, porém o desejo de adquirir tal objeto ou produto se torna uma necessidade ao indivíduo a partir da identificação criada. Assim, tem-se que o consumo representa um modo de o sujeito se identificar na sociedade em que vive, sendo assim necessário que seja “compreendido de forma conjunta e inseparável com a cidadania, tomados enquanto práticas sociais que dão sentido de pertencimento” (CARROZZA, 2016, p. 50).

A partir dos estudos de Bauman (2001) e Pereira (2008, p. 50) tem-se que “a sociedade de consumidores encoraja e reforça a escolha de uma estratégia existencial (estratégia capitalista) e um estilo de vida consumista, rejeitando as demais alternativas”. Scarmanhã *et al.* (2018) destacam que o consumo é uma prática imprescindível diante das necessidades identificadas

na sociedade. É nesse contexto que surge a sociedade de consumo que, de acordo com Martins (2014), tem como característica a aquisição de produtos e bens, mostrando-se relevantes e estimuladas pelo desenvolvimento industrial capitalista.

Na visão social e cultural, a sociedade de consumo é aquela que o ato de consumir é influente nas condutas das pessoas que se classificam pela indução não só do marketing e da propaganda, mas sim, de todos os agentes e processos que as levam ao consumo, não só por necessidade, mas para a finalidade do seu poder econômico e para a ânsia de se sentir importante. (MARTINS, 2014, p. 23)

Sob outro ponto de vista, Bauman (2008) aponta que

A sociedade de consumo tem como base de suas alegações a promessa de satisfazer os desejos humanos em um grau que nenhuma sociedade do passado pôde alcançar, ou mesmo sonhar, mas a promessa de satisfação só permanece sedutora enquanto o desejo continua insatisfeito; mais importante ainda, quando o cliente não está 'plenamente satisfeito' – ou seja, enquanto não se acredita que os desejos que motivaram e colocaram em movimento a busca da satisfação e estimularam experimentos consumistas tenha sido verdadeira e totalmente realizados. (BAUMAN, 2008, p. 63)

Retondar (2008) tem a sociedade de consumo como sendo a vontade de obter aquilo que não é fundamental para sua existência, ou seja, a compra do luxo, do supérfluo. Além disso, o autor ainda destaca que essa necessidade percebida gera um ciclo que estimula o consumo de forma intermitente. Um ciclo que, segundo Jorge, Brasil e Ferreira (2012, p. 3), é enaltecido pela evolução das tecnologias que, além de ampliar a diversidade de oferta, estimula ações de consumo que transcende a limites físicos e temporais gerando por vezes conflito de interesses entre consumidor e fornecedor “o sujeito de direitos, definido hoje como consumidor”.

Na visão de Bauman (2008), esta situação ressalta o potencial de consumidor existente na sociedade contemporânea, especialmente diante da satisfação que os indivíduos buscam para si a partir do pensamento do ideal capitalista em que, de um lado, temos a visão de que é preciso produzir e, do outro, a necessidade de que é preciso consumir. Ou seja, diante da preocupação do consumo passa-se a ter uma sociedade também focada na produção (ANDRADE; PEREIRA, 2011).

Contudo, o consumismo não deve ser visto como sendo o responsável pela degradação social (SILVA, 2007). Segundo a autora, em sua análise

crítica, há diferentes direções para a relação sociedade e relação de consumo que podem ser olhadas, por exemplo, sobre a ótica filosófica ao perceber a evolução e não a degradação social. Diante desse alerta, apontado por Silva (2007), infere-se que a evolução da necessidade de consumo pode ser percebida como um reflexo do crescimento da sociedade em suas transformações e então a relação com o consumo passa a se configurar como um fator essencial de existência.

E, sob esta ótica, reconhece-se que a sociedade contemporânea, baseada no conhecimento, pode ser reconhecida como uma sociedade consumidora. Tomando por base a cidade de Tiradentes, objeto deste estudo, reconhece-se a partir dos estágios de desenvolvimento, propostos por Sant'Anna, Nelson e Oliveira (2011), quatro fases distintas de consumo: (i) colonização dos portugueses marcando o consumo da exploração desenfreada do ouro (entre século XVII até segunda década do século XX); (ii) movimento modernista brasileiro, em meados dos anos de 1920 à 1960, que traz o consumo local como destaque no processo de redescoberta de Tiradentes; (iii) movimento de revitalização urbanística, voltado a ações de consumo planejadas ao turismo, que se estende de 1960 à 1990; (iv) e, finalmente, no cenário atual, fundamentado no turismo e indústria criativa tem-se o consumo em termos nacional e internacional, principalmente do turista enquanto sujeito externo ao entorno da região.

A necessidade do consumo envolve ainda a noção de pertencimento do sujeito na sociedade que, diante da pressão para obter um produto, este se vê obrigado a consumir algo como forma de se manter inserido no meio (PEREIRA, 2018). Em decorrência disso, a configuração pode ser distorcida se trabalhada sob a ótica de uma abordagem “hiperconsumista”, como defendem Andrade e Pereira (2011). Entretanto, Carrozza (2016, p. 102) enfatiza que “é preciso pensar no consumo não como um gesto individual – mesmo que realizado em conjunto – mas tomado em seu caráter de fato social”. Nesse contexto, destaca-se o conceito de sociedade de consumidores definida por Bauman (2008, p. 109) como algo que vai além da

[...] soma total dos consumidores, mas uma totalidade, como diria Durkheim, ‘maior que a soma das partes’. É uma sociedade que (para usar uma antiga noção que já foi popular sob a influência de

Althusser) 'interpela' seus membros basicamente, ou talvez até exclusivamente, como consumidores; e uma sociedade que julga e avalia seus membros principalmente por suas capacidades e sua conduta relacionadas ao consumo. (BAUMAN, 2008, p. 109)

Complementar a este conceito, Bauman (2008) aprofunda sua reflexão e estudo sobre a sociedade de consumidores. Na obra "Vida Líquida", o autor afirma que

Dizer "sociedade de consumidores" é dizer mais, muito mais, do que apenas verbalizar a observação trivial de que, tendo considerado agradável o consumo, seus membros gastam a maior parte de seu tempo e de esforços tentando ampliar tais prazeres. É dizer, além disso, que a percepção e o tratamento de praticamente todas as partes do ambiente social e das ações que evocam e estruturam tendem a ser orientados pela "síndrome consumista" de predisposições cognitivas e avaliativas. A "política da vida", que contém a Política com "P" maiúsculo, assim como a natureza das relações interpessoais, tende a ser remodelada à semelhança dos meios e objetos de consumo e segundo as linhas sugeridas pela síndrome consumista. (BAUMAN, 2008, p. 109)

Neste panorama em que o consumo passa a ser considerado como parte do ser humano, destaca-se o consumismo e, de acordo com reflexões de Bauman (2008, p. 65), este

Além de ser um excesso e um desperdício econômico, o consumismo também é, por essa razão, uma economia do engano. Ele aposta na irracionalidade dos consumidores, e não em suas estimativas sóbrias e bem informadas; estimula emoções consumistas e não cultiva a razão. Tal como ocorre com o excesso e o desperdício, o engano não é um sinal de problema na economia de consumo. Pelo contrário, é sintoma de sua boa saúde e de que está firme sobre os trilhos, é a marca distintiva do único regime sob o qual a sociedade de consumidores é capaz de assegurar sua sobrevivência. (BAUMAN, 2008, p. 65)

Dessa forma, considerando a evolução da sociedade frente às características preponderantes de consumo, bases legais sobre a relação de consumo foram criadas para proporcionar segurança e garantia do direito dessas relações (ANDRADE; PEREIRA, 2011). Em um contexto histórico, as relações de consumo são práticas realizadas pela sociedade desde, aproximadamente, do ano de 1890, especialmente nos Estados Unidos que, por sua vez, já nesta época, apresentava uma lei específica de proteção do consumidor com vista a fomentar um ambiente saudável na relação de interesses preponderantes à produção e postura consumista (ANDRADE;

PEREIRA, 2011; MARTINS, 2014). Porém, foi somente durante o governo de John Kennedy que foram estabelecidas normas que ofereciam de fato proteção dos direitos do consumidor, conforme apontado por Martins (2014).

No Brasil, foi somente nas décadas de 1960 e 1970 que tiveram início reflexões e publicações legais relacionadas à proteção do consumidor, sendo justificadas pelo avanço do processo de industrialização. Foi neste período que surgiram diferentes órgãos de defesa do consumidor, como a Associação de Proteção ao Consumidor de Porto Alegre (APC-POA), a Associação de Defesa e Orientação do Consumidor de Curitiba (ADOC) e o Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor (GEPC), atual Fundação Procon São Paulo.

Mas foi com a publicação da Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990, que foi instituído o Código de Defesa do Consumidor (CDC), estimulando a criação a Política Nacional de Proteção e Defesa do Consumidor (PNPDC). A referida lei dispõe sobre a proteção do consumidor, ou seja, ela apresenta orientações que sustentam as relações de consumo, tendo em vista o consumidor que está exposto a situações que exigem cuidados e atenção.

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;
VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;
VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.
(BRASIL, 1990)

Martins (2014) destaca que, mesmo com o surgimento tardio de normas e diretrizes que preveem a proteção do consumidor, a Lei n. 8.078/90 pode ser considerada uma das leis mais eficientes que tratam da proteção e da garantia das relações de consumo. O mesmo nem sempre está presente no mercado turístico que, se por um lado, se satisfazem das necessidades turísticas, por outro, podem não ter necessidades satisfeitas, como vivenciar “falhas no fornecimento de água, luz, rede de esgoto e o recolhimento do lixo [...] boa pavimentação e sinalização.” BARBOSA (2005, p. 112).

Em uma sociedade na qual as relações de consumo se fazem presentes, apresentando um sentimento de satisfação e cumprimento de desejos intrínsecos, é importante considerar-se característica deste modelo de sociedade e suas novas necessidades o que exige que o poder público se adapte às mudanças (BARBOSA, 2005; SCARMANHÃ et al., 2018).

No que diz respeito ao objeto turístico, este, o consumo, está inserido nas diferentes ofertas de produtos e serviços. Barbosa (2005, p. 108) descreve que as atividades turísticas incluem diferentes setores como “de hotelaria, de transporte de passageiros, de esporte, de lazer, de repouso, de congressos [...] e um vasto elenco [...] ligado direta ou indiretamente, às viagens individuais ou em grupo.” Logo, tem-se que a atividade do turismo é um objeto de consumo com diferentes especificidades onde o consumidor-turista desloca-se até a consumação do produto. Afinal, como destaca Soares (2006), a exploração da atividade do turismo gera empregos, produz renda, financia a infraestrutura de estradas e transportes entre outros.

E é nesse sentido, considerando-se o discurso capitalista presente na sociedade contemporânea, especialmente quando se refere ao turismo, que se identifica a singularização do sujeito, o que não é sinônimo de degradação, podendo ser compreendido como uma nova direção (SILVA; 2007; SILVA, 2014a). Para a autora, “na sua homogeneização, o capitalismo agencia e

determina o sujeito em geral como consumidor específico, singular, no mesmo em que significa o produto como produto único, personalizado” (SILVA, 2014a, p. 24). Na pesquisa realizada por Silva (2014a), destaca-se o ecoturismo, porém, é possível estabelecer a relação como turismo histórico-cultural, uma vez que, enquanto produto, tem-se este como uma alternativa ao turismo tradicional, permitindo assim distinguir o sujeito na sociedade e sua relação de consumo.

Em conclusão a esta discussão reconhece-se, de acordo com Barbosa (2005, p. 108), que o turismo “é uma força econômica das mais importantes do mundo” e que o sujeito do turismo não deve ser limitado ao turista viajante à região. Allis (2014) auxilia nesta compreensão quando afirma que a categoria pode englobar todos que consomem ou experienciam a cidade. Logo, este consumo não está vinculado apenas ao consumo econômico, mas amplia-se à experiências de consumo do espaço.

4 UMA CIDADE ENTRE O TURISMO E O TURISTA: MEMÓRIA, PATRIMÔNIO E ECONOMIA NA CIDADE DE TIRADENTES

Na perspectiva da análise de discurso, o histórico se inscreve na materialidade da língua. No que diz respeito ao turismo, o seu sentido se desloca e passa a representar-se a partir de posicionamentos que envolvem a própria administração pública, que se torna parte de um discurso publicitário que envolve a cidade enquanto produto. Logo, quando se busca compreender o discurso publicitário na história cultural de uma região, como a de Tiradentes, faz-se necessário colocar-se dentro do espaço de significação do político. Para fazer esta discussão trabalhou-se sob diversos olhares, como, por exemplo, Brasil (2005), Soares (2006), Guimarães (2013), Pinto (2014) e Plano de Inventário (2017).

- o visitante em determinado local;
- o estudante acadêmico sobre turismo;
- os representantes públicos das regiões turísticas;
- a população regional que convive/sobrevive com/dos turistas;
- os publicitários e comerciantes de regiões turísticas;

Enfim, quando tratamos o turismo em seu funcionamento, de acordo com os diferentes modos pelos quais ele é aproveitado na sociedade, tem-se, para fins de estudo, a identificação do sujeito que pode ser: as instituições, o cidadão em sua individualidade, o universo acadêmico entre outros. Entende-se que esta realidade permite, então, uma análise a partir da posição do sujeito. Com base neste contexto, apresenta-se a seguir alguns recortes da transcrição da entrevista feita com o Superintendente de Cultura e Turismo da cidade de Tiradentes.

Pablo – Pronto. Vamos lá Henrique, boa tarde!

Henrique – Boa tarde!

Pablo – Então vamos começar nossa entrevista, lembrando que o objeto desta pesquisa é para uma tese de doutorado, na linha de análise de discurso. Meu nome é Pablo, sou orientado pela professora Doutora Telma Domingues da Silva e nós estamos desenvolvendo esta tese com intuito de analisar o discurso turístico de órgãos públicos na história cultural da cidade de Tiradentes, se é um deslocamento ou se é uma mudança. Eu queria começar pedindo que você falasse seu nome, por favor, o seu tempo de atuação na prefeitura e seu tempo mais voltado agora para a área de turismo.

Henrique – Boa tarde, meu nome é Henrique Nascimento Rormam, sou, ocupo o cargo de superintendente de cultura, desde janeiro de 2017, agora pouco mais de um mês eu assumi, é, os trabalhos do turismo também, porque nosso secretário foi embora e tive que assumir esta missão e fico muito satisfeito em poder ajudar, auxiliar aqui na pesquisa do professor.

Pablo–Vamos! Henrique, só aproveitando, é uma pergunta que não tá aqui mas, já viu. Você é nascido em Tiradentes? Você é nativo daqui? Mora aqui há quanto tempo?

Henrique – Sim, sou tiradentino mesmo.

Pablo – Você é tiradentino mesmo!

Henrique – Nasci em São João Del Rei.

Pablo – Mas vive aqui?

Henrique –Mas vim para cá muito cedo, considero que vivo aqui a vida inteira.

Pablo – Não, ótimo. Então beleza! Henrique, nas pesquisas que nós fizemos até com base no site da própria prefeitura e outros sites da área, nós vimos que a cidade foi fundada em 1860, na qualidade de cidade, antes ela era vila, mas foi por volta de 1980, ou seja, há aproximadamente 38 anos que ela teve

um crescimento populacional e econômico expandido. O que você considera que impactou esse crescimento dos anos 80 para cá?

Henrique – *Isso é, o que mais impactou nesse crescimento populacional aqui, foi é com a chegada do Ivis Alves em Tiradentes. Ele chegou e começou comprar é uns, umas propriedades aqui e casas que muitas das vezes o pessoal de Tiradentes mesmo, já não tinham condições de manter aqui na cidade quer dizer “tava” muito, tudo muito destruído, tudo muito acabado tem até uns, tem até, alguns artigos falando que a cidade era cidade fantasma, é isso até ajuda a preservar nosso “casariu”, nosso patrimônio material e com a chegada dele. Ele começou a trazer amigos dele para cá e cada amigo dele foi comprando uma casa, uma propriedade e foi arrumando. Eles tinham as condições melhores, nisso o tiradentino mesmo começou a vender as propriedades e foi indo para as periferias e com isso, com eles aqui também, começou a ter emprego, começou a ter emprego para o tiradentino que eles viviam mais na subsistência mesmo é, tem até um filme que foi lançado a pouco tempo atrás, mês passado, chama “A alma da cidade. Ele mostra muito essa, como era Tiradentes antes do “boom” turístico, ai com esse “boom” turístico o pessoal começou vender, é, com essa chegada desse pessoal de fora, o pessoal daqui começou a vender o seu artesanato, começou a produzir mais, é qualificar melhor. A gastronomia também começou a evoluir e daí foi aquela crescente até o momento atual nosso. É essa chegada do Ivis foi muito importante e com essa maior oferta de empregos, é, começou a vir gente de fora, de outras cidades, da região que não tinham tanta oferta, isso ajudou no crescimento da população tiradentina.*

Considerando que a Análise de Discurso exige uma prática cuja relação se estabelece entre intradiscurso (linearidade) e o interdiscurso (a memória), é necessário que se saia da mera posição de decodificador e se caminhe para a posição analista. Entendemos, dessa forma, que é preciso um olhar para o discurso que não se limite ao linear, mas se amplie pelas escolhas dos objetivos simbólicos levando a formação crítica do outro, mas, sobretudo de si mesmo. Neste sentido, tomando por base o discurso apresentado, reconhecemos a possibilidade de alguns sentidos conflitantes como, por

exemplo, a conotação nativista com olhar positivo para a referida história e desenvolvimento de Tiradentes que prevalece no sentido da fala “sou tiradantino”, mesmo que reconheça que não tenha nascido na referida cidade.

Essa colocação pode ser observada como conflito discursivo, pois apesar de se colocar como nativo, aponta na sequência para o sentido de que os nativos da cidade não a valorizam tanto, o imigrante seria talvez o responsável por fazer este reconhecimento melhor. O que não é reconhecido quando analisamos as características das cidades e vemos um envolvimento expressivo do povo, principalmente no sentido cristão, como ilustrado nas figuras 7 e 8, por exemplo. Aqui é possível inverter a reflexão e substituir profeta por cidade, país e então reconhecer que nenhuma cidade é valorizada expressivamente pelos próprios nativos. Com isso, o discurso enaltece “é necessário que outrem venha até a cidade para que se reconheça seu valor material (“umas propriedades”), de produção humana (artesanato, gastronomia) e de valorização de mão-de-obra (“o pessoal daqui começou a vender o seu artesanato, começou a produzir mais, é qualificar melhor”).

Não nativo – vê o que ninguém vê – valoriza o que vê – os nativos passam a ver também – aumenta a imigração – crescimento populacional e regional.

Neste caso, reconhecemos que o processo de imigração sob o discurso da negatividade não está posto como efeito de sentido aqui. Pelo contrário, foi sob o olhar positivo do não nativo que a cidade prospera. É um discurso que se mostra contrário à negatividade muitas vezes postas pelo processo pelo qual passou e passa o Brasil. Ivis Alves, ao que se lê nesta entrevista, não era nativo ou não nativo, era um turista, que chega em Tiradentes e gosta do que vê e sente. Ele não sai de sua terra natal por problemas econômicos, políticos, sociais. Se associarmos o início da história com o que representa Tiradentes hoje, em aspecto turístico, todo o processo turístico “explorado” pela cidade, começa com o turista. A cidade passou por um processo cíclico. Se observarmos que a cidade está inserida em um país “condenado” ao não nativo, temos um efeito ainda maior de contra discurso.

Assim, cabe destacar que, desde 1500, com a chegada dos portugueses, depois dos holandeses, franceses e, recentemente (século XXI), haitianos, bolivianos, venezuelanos etc. há um discurso posto de que tais

peças vêm para o país com o objetivo de “tirar” deste lugar o que há de melhor. Ou mesmo de ascender na vida, já que em seu país de origem a situação (econômica, social, política) está pior. É comum que se compare, inclusive, tal fato histórico com o ocorrido nos Estados Unidos da América.

Nos discursos postos nos livros de História do ensino básico brasileiro, comumente, lê-se que, enquanto no Brasil o processo de colonização se deu por exploração, nos Estados Unidos se deu por povoamento. Pessoas de vários grupos sociais, políticos e religiosos vieram habitar o novo mundo, por diversos motivos diferentes. A principal razão, porém, foi fazer do novo lugar um lar, um lugar melhor. Embora nos EUA também tenha existido o fator exploração, essa comparação é importante para nossa reflexão no sentido de questionamento: houve um processo colonizador na região de Tiradentes por motivos exploratórios? Ou o não-nativo tinha boas intenções, assim como o colonizador de povoamento?

De forma simples, pode-se dizer que a colonização por exploração tem objetivo de explorar o lugar com fins lucrativos, sem valorizar a terra como propriedade sua, enquanto que a de povoamento, embora também tenha como objetivo a exploração, nela há um sentido de defesa do território, um objetivo de fazer daquele lugar um lugar melhor que o de origem. Em outras palavras, os discursos de colonização têm como um dos efeitos justificar a prosperidade ou o declínio do país.

Essa distinção entre colônia de exploração e colônia de povoamento é utilizada em geral para justificar o fato de que no Brasil se continue a ter uma atitude de ganhar dinheiro sem se importar com as consequências, ambientais por exemplo. Com isso, atribui-se algo que o brasileiro faz com o país há uma explicação sobre as suas raízes históricas, o que pode ser considerado como uma atitude de comodismo.

Se tomarmos por base que o processo de crescimento de Tiradentes tem como pano de fundo uma “colonização de povoamento”, podemos perceber que parte do resultado do trabalho iniciado por um turista pode ser observado hoje. Observamos o que o Plano de Inventário aponta a respeito das atividades com foco mais econômico e, sob este olhar, o turismo se encontra entre a principal atividade produtiva local, o que acarretou no

crescimento de outras áreas, bem como o aumento do número de empregos, como citado no Plano de Inventário (2017, p. 35).

A maior parte das ocupações no município concentra-se em atividades diretamente ligadas à cadeia produtiva do turismo. Em 2010, das pessoas ocupadas na faixa etária de 18 anos ou mais, 0,15% atuavam na indústria extrativa mineral, 0,18% nos setores de utilidade pública, 6,57% no setor agropecuário, 11,17% no setor de construção civil, 11,44 na indústria de transformação, 13% no comércio e 53,75 no setor de serviços (IPEA, 2004).

O avanço da taxa de emprego de 20,3% em 2000 para 34,9% em 2010 foi reflexo do crescimento daqueles setores ligados à cadeia produtiva do turismo, em especial os segmentos de comércio, hospedagem e alimentação. Em 2000 o grau de formalização dos ocupados (18 anos ou mais) era 47,25 e cresceu para 61,3 em 2010. (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017, p. 35).

Se tomarmos, ainda, a esta reflexão, a origem do próprio superintendente, que toma a cidade como sua (“**Henrique** – Nasci em São João del Rei. – Mas vivo aqui a vida inteira.”), observa-se que o processo se mantém. Assim como Ivis Alves, pode-se dizer que o discurso que ele põe em circulação é de manter o “investimento” na cidade. Observemos:

*“ocupo o cargo de superintendente de cultura, desde janeiro de 2017, agora pouco mais de um mês eu assumi, é, os trabalhos do turismo também, porque nosso secretário foi embora e tive que assumir esta **missão...**”*

A identificação do cargo enquanto *missão* aponta para determinados efeitos de sentido e para alguns discursos possíveis. O primeiro deles pode ser o discurso de ordem, ou seja, executar uma incumbência a pedido ou ordem de outrem. O segundo é o discurso religioso, humanitário, voluntário, solidário, ou seja, de alguém que se predispõe a executar uma tarefa em outro local, cidade, país em prol de mudanças. Exemplo são as missões da Cruz Vermelha, missões de grupos religiosos etc. O terceiro é o corporativo, empresarial. Quando uma empresa lança seus propósitos, um deles é a “missão”, que tem como objetivo resumir a razão pela qual ela existe, o motivo pelo qual ela foi concebida e projetada.

Podemos tomar, ainda, um quarto discurso, o da responsabilização. Quando se diz que o secretário foi embora e O Henrique “teve” que assumir

essa “missão”, é como se popularmente disséssemos: “Teve que assumir essa bomba, essa responsabilidade que não é sua”. Ele assume e diz que é uma missão. Se tomarmos a conjuntura de que ele não é nativo, vive há muitos anos em Tiradentes e tomou a cidade como sua, ou seja, é um representante da população.

“essa chegada do Ivis foi muito importante e com essa maior oferta de empregos, é, começou a vir gente de fora, de outras cidades, da região que não tinham tanta oferta, isso ajudou no crescimento da população tiradentina.”

Esse trecho pode ser compreendido como se, ao assumir essa missão, ele desse continuidade ao que Ivis, anteriormente, fez. Outra análise que podemos fazer está relacionada tanto à indiferença como ao sistema neoliberal. Retomemos o trecho:

“Ele chegou e começou comprar é uns, umas propriedades aqui e casas que muitas das vezes o pessoal de Tiradentes mesmo, já não tinham condições de manter aqui na cidade quer dizer “tava” muito, tudo muito destruído, tudo muito acabado tem até uns, tem até, alguns artigos falando que a cidade era cidade fantasma,[...]”

Em relação à indiferença, recortamos o trecho que relata a destruição da cidade. Tomar o lugar como “cidade fantasma” remete ao abandono, ao descuido, como se não houvesse pessoas no lugar. Ao mesmo tempo, há uma explicação para a situação: as pessoas não tinham condições de manter. Condições pode ser tomado aqui no sentido financeiro/econômico das pessoas que moravam no lugar, uma vez que mais adiante, o superintendente retoma e diz:

“Eles tinham as condições melhores, nisso o tiradentino mesmo começou a vender as propriedades e foi indo para as periferias [...]”

O processo de migração do centro para a periferia remete a um discurso de desigualdade. Quem chegava tinha mais condições, ou seja, mais dinheiro.

Se tomarmos que o termo se refere às zonas de uma cidade que estão em torno do centro histórico, temos uma justificativa somente estrutural. No entanto, economicamente falando, a periferia designa o conjunto dos países, Estados e cidades, subdesenvolvidos, em oposição ao centro, constituído pelos países industrializados avançados. Logo, o não nativo tinha condições/dinheiro para manter o conjunto arquitetônico do centro, preservar suas estruturas físicas, enquanto que ao nativo sobrava retirar-se para o entorno. O discurso característico do sistema capitalista.

Além disso, instala-se nas pessoas, por falta das condições, por falta de valorização do patrimônio ou mesmo por não ver o que o “outro” viu, o que Otto Lara Resende (poeta nascido em São João del-Rei) vai chamar de “Monstro da indiferença”, em seu poema Vista Cansada”¹. Assim, o olhar do outro sobre aquilo que todo mundo via, mas não enxergava é que fez com que os nativos saíssem de cena e entregassem sua história, seu patrimônio ao não nativo. Estamos diante do discurso da submissão. Vejamos o poema:

Acho que foi o Hemingway quem disse que olhava cada coisa à sua volta como se a visse pela última vez. Pela última ou pela primeira vez? Pela primeira vez foi outro escritor quem disse. Essa ideia de olhar pela última vez tem algo de deprimente. Olhar de despedida, de quem não crê que a vida continua, não admira que o Hemingway tenha acabado como acabou.

Se eu morrer, morre comigo um certo modo de ver, disse o poeta. Um poeta é só isto: um certo modo de ver. O diabo é que, de tanto ver, a gente banaliza o olhar. Vê não-vendo. Experimente ver pela primeira vez o que você vê todo dia, sem ver. Parece fácil, mas não é. O que nos cerca, o que nos é familiar, já não desperta curiosidade. O campo visual da nossa rotina é como um vazio.

Você sai todo dia, por exemplo, pela mesma porta. Se alguém lhe perguntar o que é que você vê no seu caminho, você não sabe. De tanto ver, você não vê. Sei de um profissional que passou 32 anos a fio pelo mesmo hall do prédio do seu escritório. Lá estava sempre, pontualíssimo, o mesmo porteiro. Dava-lhe

¹RESENDE, Otto Lara. Vista Cansada. Folha de São Paulo, 23 de fevereiro de 1992. Disponível em: <http://contobrasileiro.com.br/vista-cansada-cronica-de-otto-lara-resende/>. Acesso em: 03 de fevereiro de 2019.

bom-dia e às vezes lhe passava um recado ou uma correspondência. Um dia o porteiro cometeu a descortesia de falecer.

Como era ele? Sua cara? Sua voz? Como se vestia? Não fazia a mínima ideia. Em 32 anos, nunca o viu. Para ser notado, o porteiro teve que morrer. Se um dia no seu lugar estivesse uma girafa, cumprindo o rito, pode ser também que ninguém desse por sua ausência. O hábito suja os olhos e lhes baixa a voltagem. Mas há sempre o que ver. Gente, coisas, bichos. E vemos? Não, não vemos.

Uma criança vê o que o adulto não vê. Tem olhos atentos e limpos para o espetáculo do mundo. O poeta é capaz de ver pela primeira vez o que, de fato, ninguém vê. Há pai que nunca viu o próprio filho. Marido que nunca viu a própria mulher, isso existe às pampas. Nossos olhos se gastam no dia-a-dia, opacos. É por aí que se instala no coração o monstro da indiferença.

Apesar de o texto de Resende (1992) produzir um efeito romântico ligado ao nosso estudo, entendemos que há um impacto turístico para Tiradentes a partir do momento em que a posição sujeito nativo “sai de cena”, no sentido de deixar algo que é do outro, e entra a posição sujeito “imigrante”. Dizemos “imigrante”, entre aspas, porque na conjuntura estudada, observamos mais uma posição de não-nativo do que imigrante. Em outras palavras, dizer imigrante remete mais a algo da ordem do deslocamento, do residir em algum lugar temporariamente ou fixar com algum objetivo. Além disso, socialmente, o termo remete a algo “negativo”, uma vez que comumente seu efeito é dado a considerar aquele que busca trabalho em países cuja condição econômica, financeira, social, política etc. é aparentemente melhor. Já o termo não-nativo tem como efeito uma situação mais generosa com aquele que se desloca para determinado lugar. É como se o que fosse dito sobre o sujeito gerasse o seguinte efeito: ele só não nasceu no lugar, mas é como se tivesse nascido.

Não ver o que o outro vê dá origem a consequências. Na conjuntura posta, considerando o sentido prevalecente, podemos dizer que talvez um efeito de sentido que a situação do não nativo na cidade de Tiradentes trouxe foi que este “contribuiu” para o crescimento regional e apontou a cidade para outra direção. Sob o olhar positivo e administrativo, hoje, a cidade pode ser

vista como um dos centros históricos mais bem preservados do país, segundo o Plano de Inventário. Vejamos:

Proclamada patrimônio histórico nacional Tiradentes é um dos centros históricos da arte barroca mais bem preservados do Brasil. O conjunto urbano do centro histórico, marcado por representantes da arte e arquitetura barrocas, possui ornamentos ricos em ouro e obras do mestre escultor Aleijadinho que representam a memória de uma época preservada ao longo dos tempos. **O conjunto formado pela paisagem regional de grande beleza cênica do seu patrimônio histórico urbano e pela ambiência natural, suas grandes riquezas atuais, atraem turistas de todo o mundo.** Muitos são os bens de interesse cultural e que estão protegidos e inventariados e alguns exercem maior interesse nos visitantes, como é o caso da Igreja Matriz de Santo Antônio, o passeio de Trem entre Tiradentes e São João, os museus de Padre Toledo e da Liturgia, além do Chafariz, como indica o setor de turismo do município. (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017, p. 89, grifo nosso)

Tomemos o recorte em destaque: “O conjunto formado pela paisagem regional de grande beleza cênica do seu patrimônio histórico urbano e pela ambiência natural, suas grandes riquezas atuais, atraem turistas de todo o mundo.”

Primeiro vamos considerar o sujeito que fala. Este é um recorte do Plano de Inventário, logo o que se apresenta significa ser de interesse público. Na sua constituição, esse enunciado situa o leitor como aquele (brasileiro ou não) que tem interesse em fazer turismo por lugares onde se pode encontrar uma grande beleza cênica, um patrimônio histórico urbano e ambiência natural. Esse sentido pode ser compreendido pelas expressões como: “Arte e arquitetura barrocas”, “escultor Aleijadinho”, “passeios de Trem”, “museus”, “chafariz”. Pela construção desse referente turístico, circunscreve-se também o discurso do cuidado, da preservação e da valorização do lugar. Todos esses aspectos “representam a memória de uma época preservada ao longo dos tempos”.

Vejamos, conforme já mencionamos, que a oferta de “produtos e serviços” que estimulam o turismo oportuniza a criação de uma relação entre o discurso publicitário e os órgãos públicos. Em outras palavras, esse é um lugar onde se investe em infraestrutura, se preserva a história. E isso atrai tanto brasileiros como “turistas de todo o mundo”.

Conforme já citamos, o Plano de Inventário tem como objetivo auxiliar na construção de uma identidade municipal que é baseada no conceito de desenvolvimento sustentável. Logo, temos uma circularidade entre patrimônio histórico e cultural, centro histórico, conjunto de paisagem regional, riquezas atuais, bens de interesse cultural [...], tudo bem preservado, segundo o documento. Sabemos, pois que

Essa circularidade não é um exemplo casual, mas algo que se coloca pelo próprio conceito de desenvolvimento sustentável que, como sabemos, não é utilizado apenas para ressignificar o turismo, mas também outras práticas econômicas. **E o que essa circularidade produz como efeito é o silenciamento de uma discussão que, justamente, talvez pudesse deslocar o sentido histórico dessa e das outras práticas econômicas da sociedade.** (SILVA, 2014a, p. 24, grifo nosso)

Silva (2014a), no recorte acima, refere-se às práticas da sociedade atual quando menciona o discurso do sustentável. Para nós, a aproximação com outras práticas econômicas tais como a exploração do ouro, conforme veremos mais adiante, nesta entrevista, se dá no que tange não ao discurso sustentável, mas no efeito de silenciamento e ao mesmo tempo de ressignificação das práticas econômicas postas na região.

Sob o ponto de vista negativo, a imigração trouxe para Tiradentes o êxodo. O nativo se viu obrigado a migrar da cidade por não ter condições de manter o “casario”. Aqui, podemos trazer à memória o sítio discursivo a que nos remete o termo. “Casario” tanto pode remeter a agrupamento quanto à língua arcaica, esquecida, em desuso. Além disso, todo o discurso de benefícios que a imigração trouxe para Tiradentes joga com o seguinte equívoco (retomemos o trecho da entrevista):

(...) o tiradentino mesmo começou a vender as propriedades e foi indo para as periferias e com isso, com eles aqui também, começou a ter emprego, começou a ter emprego para o tiradentino que eles viviam mais na subsistência mesmo...

Se tomarmos as palavras de Cavallari (2010), de acordo com a abordagem discursiva,

O equívoco 'desnuda' a verdade do sujeito que enuncia, ao produzir uma falha material que foge ao seu controle. Essa falha materializada na/pela língua não pode ser recoberta, possibilitando a produção de sentidos outros, por vezes indesejáveis e que denunciam a posição ocupada pelo sujeito de linguagem, bem como as formações discursivas em que seu dizer se inscreve para produzir determinados sentidos. Nesse prisma, não é o sujeito que fala a língua, mas, sim, a língua que fala a verdade do sujeito, uma vez que aponta para as suas formações ideológicas e para os vários discursos que legitimam seu dizer. (CAVALLARI, 2010, p. 669)

Assim, o recorte em questão traz uma situação para análise, os termos em destaque produzem sentidos de “surpresa” – ele mesmo – pois o termo *mesmo* reforça o sentido de que o nativo começou a vender, como se não pudesse fazer isso pelas condições de produção.

Vejam outras duas situações: há êxodo para a periferia, mas ao mesmo tempo começou a ter emprego. Quem vai para a periferia? O que dá a ver é que quem vai é aquele que antes possuía o casario. Ao mesmo tempo, esta passa a ter emprego? Temos, pois, que para o nativo ter emprego é necessário que saia de “circulação”, que migre para a periferia, que deixe o centro para o não-nativo.

Se, por um lado, o imigrante marca um lugar de não pertencimento, nessa conjuntura, sua presença silencia o nativo. Comumente, o que se tem no imaginário é o discurso produzido em torno do “imigrante” como aquele que toma o lugar do nativo. O que se põe pelo equívoco, na realidade de Tiradentes, no entanto, é um discurso invertido. O conceito de imigrante comumente aponta para um não pertencer, isso nas palavras de Bourdieu (1998, p. 11) equivale a dizer que

Como Sócrates, o imigrante é *atopos*, sem lugar, deslocado, inclassificável. Aproximação essa que não está aqui para enobrecer pela virtude de referência. Nem cidadão, nem estrangeiro, nem totalmente do lado do Mesmo, nem totalmente do lado do Outro, o “imigrante” situa-se nesse lugar “bastardo” de que Platão também fala, a fronteira entre o ser e o não-ser social. Deslocado, no sentido de incongruente e de importuno, ele suscita o embaraço. (BOURDIEU, 1998, p. 11)

Há de se dizer, pois, que o não pertencimento em questão se dá para o tiradentino, ora por migrar-se para a periferia, ora por só passar a ter um emprego “decente” graças ao não nativo.

Pablo – Certo! O Ivis Alves, é, ele conhecia a cidade de Tiradentes já? Ele era cidadão daqui? Você sabe explicar qual foi o interesse dele? Porque que ele se apaixonou pela cidade?

Henrique – Olha eu não sei explicar assim, mas ele chegou aqui e gostou do que viu.

Pablo – Ele gostou do que viu?

Henrique – Gostou da paz que é a cidade, é uma cidade muito pacata, muito tranquila, ele gostou desse clima daqui e apaixonou.

O que observamos é que, da primeira fala sobre Ivis Alves para esta, as características da cidade podem ser analisadas dentro de um movimento parafrásico, por exemplo:

1- “[...] a chegada do Ivis Alves em Tiradentes. Ele chegou e começou a comprar umas propriedades aqui [...] “tava” muito, tudo muito destruído, [...] tem até uns, tem até alguns artigos falando que a cidade era cidade fantasma, [...]”

2- “[...] mas ele chegou aqui e gostou do que viu.”

3- “Gostou da paz que é a cidade, é uma cidade muito pacata, muito tranquila, ele gostou desse clima daqui e apaixonou.”

Como efeito de sentido desse movimento parafrásico, podemos dizer que uma das implicações seria um discurso de “cidade fantasma” enquanto apagamento dos sujeitos e a supervalorização do econômico. Esta análise é corroborada a partir do discurso a seguir:

Ele chegou aqui e gostou do que viu, gostou da paz que é a cidade, é uma cidade muito pacata, muito tranquila, ele gostou desse clima daqui e

apaixonou e, gostou também da oportunidade de investimento, começou comprar umas propriedades aqui [...] “tava” muito, tudo muito destruído, [...] tem até uns, tem até, alguns artigos falando que a cidade era cidade fantasma, [...]”

Temos um discurso de investimento, se o lugar estava destruído, parecia uma cidade fantasma, como alguém se propõe a comprar propriedades? Ele viu o além, viu o que ninguém via, viu sob a ótica de investimento, era uma cidade pacata, tranquila, de clima bom, tinha potencial para expandir. É como apostar em empresas na bolsa de valores, às vezes, aquela que parece não ser adequada, torna-se um grande potencial de investimento para quem está disposto a “arriscar”.

Há um não dito que traz à tona um olhar sobre quem é pobre e quem é rico. Os moradores eram pobres, mas o lugar era bom, chega alguém “rico” e põe em circulação determinados interesses, certas apostas e riscos. Esse alguém se torna fundamental para o lugar, uma vez que sem ele, havia uma possibilidade de o lugar (des)aparecer, (des)configurar-se como outro.

O “falar da pobreza” funciona muitas vezes, como nesse caso, para que as formas de apropriação/desapropriação do meio ambiente se *mantenham no sentido de determinados interesses*. Constrói-se a imagem de uma pobreza e de uma riqueza, para o país ou alguma região dentro dele, imagem tal que funciona para que uma interpretação se coloque como evidente. (SILVAa, 2014, p.24)

Pablo – *Ok. Ótimo! É só aproveitando o gancho que você fez aí, você falou que foi lançado um filme, esse filme ele vai ser exibido comercialmente? É uma produção própria?*

Henrique – *É produção própria.*

Pablo - *Eu teria acesso a esse filme?*

Henrique – *É, eu posso perguntar para ela, chama Solange Jobim, ela era professora na PUC.*

Pablo – Certo!

Henrique – Pesquisadora também, posso perguntar para ela se consigo.

Pablo – Eu acho que se você pudesse conseguir esse filme seria interessante até para colaborar com o que a gente está falando aqui.

Henrique– Sim, sim!

Pablo – Ok! Voltando na parte histórica, em 1938, teve o tombamento do conjunto arquitetônico da cidade histórica e se baseando no que você falou comigo era uma cidade fantasma, o pessoal falava.

Henrique – É!

Pablo – Então você acredita que essa tomada de decisão, ela foi influenciada justamente como uma das formas de desenvolver a cidade? O que você acha que mudou com este tombamento arquitetônico da cidade?

Henrique –. Se não fosse esse esquecimento que a cidade teve no final do ciclo do ouro até, até o momento **Ah, o tombamento arquitetônico da cidade, foi um fator dos mais importantes para a manutenção do que a gente tem hoje histórico** que ela foi elevada a cidade mesmo, ela teria perdido muita coisa. O crescimento desenfreado, poderiam sair tirando, derrubando tudo a reverteria aí.

O trecho em destaque “Ah, o tombamento arquitetônico da cidade, foi um fator dos mais importantes para a manutenção do que a gente tem hoje histórico [...]” pode estar relacionado a outras discursividades.

Segundo o Dicionário Eletrônico Houaiss (2009), tombamento é o “ato de guardar alguma coisa num arquivo público”. Ressaltamos que quem fala em tombamento nessa conjuntura é o Superintendente. Observamos que a publicidade nas falas anteriores deste Superintendente é posta como

estratégia fundamental que possibilitou o desenvolvimento do turismo na cidade. Já nessa conjuntura, podemos inferir que o tombamento contribuiu para a manutenção histórica da cidade. Além disso, há um efeito de sentido que aponta para o discurso de que a publicidade contribuiu para divulgar a cidade, mas o tombamento fortaleceu a preservação dando sentido até os dias atuais, como o seu conceito histórico-cultural.

Ao mesmo tempo em que o crescimento é importante, ele também destrói. Estamos diante de um discurso neoliberal, capitalista? É como se a sociedade dependesse do sistema, mas ao mesmo tempo precisasse se defender dele, pois este “valoriza”, mas destrói. O que observamos é uma tentativa de valorizar o progresso, mas o equívoco vem à tona e a falha aparece, pois esse progresso também se mostra nocivo. Tanto é nocivo que é necessário que a cidade esteja sob a/o “lei”/tombamento para que consiga se manter.

A publicidade põe à mostra, o tombamento “protege”. Protege de quê? De quem? Da própria sociedade local? Do mesmo turista que veio à cidade para fazê-la “progredir”? Do sistema que divulga e explora?

Vejamos que a página 01 do Plano de Inventário joga com ambos. Há o papel da publicidade na linguagem não verbal (as imagens do “casario”), como representada na Figura 13, mas, ao mesmo tempo, as imagens que se apresentam estão relacionadas com o discurso de fortalecimento do aspecto “positivo” do tombamento. Ou seja, as imagens colocam em circulação o efeito de sentido de que as estruturas vistas hoje são resultado de um processo anterior. Se atentarmos para o fato de que as imagens em questão estão em sua materialidade postas no documento (Plano de Inventário), o efeito fica ainda mais forte, pois em um documento elas reforçam a tentativa de produzir um efeito positivo/oficial sobre a cidade.

Figura 13 - “Casarios” da Cidade de Tiradentes.



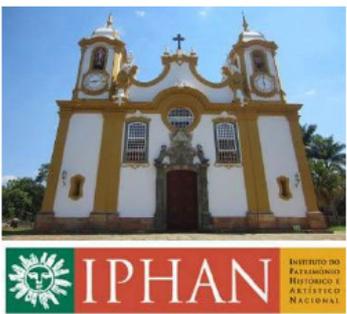
Fonte: Plano de Inventário de Tiradentes (2017).

Contemplamos, nas três imagens que abrem o Plano de Inventário, um discurso publicitário (língua de vento) que está relacionado a outros discursos cujo efeito é a venda de determinado produto ou serviço. Há um jogo entre cores, formato, imagens que produzem efeitos positivos socialmente, há uma tentativa de se mostrar o belo, o conservado, o mantido. Observamos que nas três figuras, esse efeito se reforça pela imagem das ruas, ainda de pedra, pela mistura entre a natureza (árvores, montanhas) e a estrutura (casario) criada/conservada pelo homem, pelo céu azul que “convida” o turista a visitar o local. Essa paisagem é constitutiva às cidades históricas. Isso ocorre, pois no processo de formulação, o interdiscurso sempre produz memória discursiva, está definida como aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente. Nas palavras de Pêcheux (1988, p. 162), trata-se da “objetividade material essa que reside no fato de que ‘algo fala’ (ça parle) sempre ‘antes, em outro

lugar e independentemente’, isto é, sob a dominação do complexo das formações ideológicas”.

O que isso significa em termos discursivos? Consideramos que todo o dizer retorna, sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível. Dessa maneira, o interdiscurso faz retornar dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada. A “preservação” histórica posta nas imagens, bem como a fala sobre a importância do tombamento, segundo o discurso do superintendente, inscrevem-se tanto como parte das relações de consumo quanto da administração pública. Esta, por sua vez, é marcada por este viés de consumo e, portanto, atravessada por um discurso publicitário-administrativo. Logo, temos o patrimônio histórico posto como o produto a ser “vendido” a partir de um discurso publicitário-administrativo. Esta intervenção sob o discurso é apoiada em itens diversos, como mostrado na Figura 14, onde encontramos o título original como sendo “patrimônio protegido por tombamento federal” sob a ênfase de um discurso administrativo.

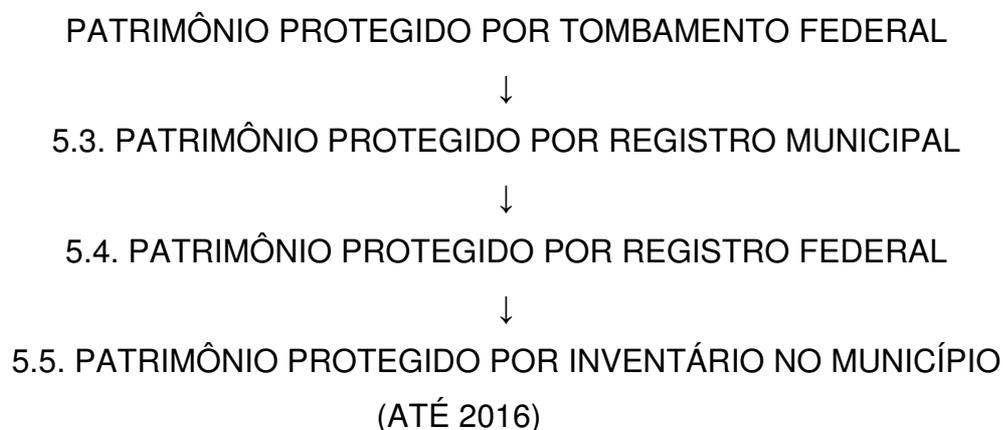
Figura 14 - Patrimônio protegido por tombamento federal.

FOTO	DESIGNAÇÃO ENDEREÇO	CATEGORIA
	2. IGREJA MATRIZ DE SANTO ANTÔNIO Rua da Câmara, s/n. Centro. Sede	BI/BM
	DOCUMENTAÇÃO DATA APROVAÇÃO Processo n.405-T, inscrição n.329 Livro de Belas Artes, vol.1, fl.69, data 29/11/1949. Classificação: Edificação e Acervo.	INVENTARIADO SIM

Fonte: Plano de Inventário (2017, p. 42)

Observemos que, novamente, há uma imagem que traz à memória o constitutivo de cidades históricas, não somente no Plano de Inventário, mas também nas peças publicitárias divulgadas pelo IPHAN, órgão responsável pela manutenção de tudo que a imagem produz como efeito. Os detalhes sobre o patrimônio, tais como: nome, endereço, documentação regulamentadora, categoria e se consta como bem inventariado. Nas páginas

que seguem o Plano de inventário, encontramos os seguintes deslizamentos, tomando como base o título do item 5.2:



Além dos aspectos publicitários apresentados na Figura 14 - imagem, descrição do “produto”, logomarca do IPAHAN - o que observamos nos subtítulos é algo da ordem da importância e do poder. As categorias selecionadas e apresentadas como “produtos” preservados da cidade são dispostas levando em consideração quem “protege” tais grupos: a república federativa, o registro municipal, o inventário do município. É uma categorização gradativa cujo efeito faz pensar em um grau de proteção, como se fosse dito: os “produtos” de importância maior são “protegidos” por um órgão de mais poder e assim sucessivamente. No discurso publicitário isso equivale a dizer: os produtos mais importantes são vendidos por um preço mais elevado e assim a escala desce até chegar ao mais barato.

o discurso publicitário se baseia em um princípio aristotélico que é fundado sob as retóricas emocional, racional e institucional. É concebido através de um simulacro social, no qual não apenas espelha o real, mas fabrica-o; sua narrativa constrói práticas sociais e culturais com formas linguísticas cotidianizadas e com um discurso do senso comum (naturalização). É, sem nenhuma dúvida, uma forma de dominação simbólica a serviço da ideologia do consumo. (TAVARES, 2008, p. 01)

Pablo – *O que aconteceu com algumas cidades próximas aqui.*

Henrique – *É, com algumas cidades próximas.*

Pablo – *Vamos assim dizer. Certo.*

Henrique – *E este tombamento pelo IPHAN foi o que segurou mesmo.*

Pablo – *E...*

Henrique – *Eu não sei o que seria de Tiradentes se não fosse esse tombamento atualmente. A gente talvez não teria quase nada mais do nosso “casario”.*

O IPHAN é o setor que “protege” o patrimônio da cidade. O questionamento que se dá é: protege de quem ou de quê? Leiamos o que diz o Plano de Inventário:

Desse modo, fatos e personalidades foram de suma importância para a cidade e o turismo ainda em gestação. Com o comércio local caracterizado por altos e baixos, **se não fosse a intensificação da atividade turística a cidade voltaria à estagnação econômica.** Com o crescimento do número de turistas, principalmente pelos eventos que colocaram a cidade em destaque, o comércio e os serviços de apoio ao turismo avançaram consideravelmente. **Por sua vez, cabe ao IPHAN e ao setor de patrimônio da Prefeitura Municipal de Tiradentes, conciliar os impactos do turismo de massa** e a gestão do patrimônio cultural local. (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017, p. 85, grifo nosso)

O mesmo turista que tirou a cidade da estagnação econômica é o que traz impactos para cidade. Que impactos são esses? Negativos? Provavelmente, uma vez que se faz necessário a instituição de um setor que proteja a cidade destes mesmos turistas que a tiraram da paralisia econômica. Há duas discursividades aqui, a primeira toma o turista como o estrangeiro que leva dinheiro para o local onde vai. A segunda vê esse mesmo turista como depredador e destruidor do patrimônio. Retomamos, então, o discurso do colonizador, brutal, devastador e explorador do local. Tanto isso ocorre que são necessárias leis/setores de proteção do patrimônio histórico-cultural local.

E como a comunidade local se comporta diante desse processo?

Pablo– *“Casario”. E pelo que você conhece da população, você acha que a população vê este tombamento com bons olhos? A gente costuma ver em*

alguns lugares que tem certos tipos de populações que não concordam muito...

Henrique – *É aqui...*

Pablo – *Mas na sua grande maioria?*

Henrique – *Aqui tem muita gente que não concorda, aqui... **Porque o pessoal não tinha condição de fazer a restauração igual dos bens tombados igual é, igual tem que ser feito né, porque restauração é muito mais caro do que uma construção uma coisa assim, aí o, muitos acham ruim por causa disso. O IPHAN é, ele é muito atuante aqui, vê uma coisinha...***

Os trechos em destaque produzem efeitos de sentido que não se relacionam somente ao aspecto cultural-histórico como, por exemplo, questões de aspecto econômico, político, social e ideológico. Se considerar o discurso econômico, pode-se afirmar que este trecho põe em circulação a preocupação em considerar quem tem ou não condições (financeiras) de restaurar um patrimônio. Por outro lado, no Plano de Inventário (2017), percebemos que em relação à preservação da cidade há um distanciamento do discurso econômico. Por exemplo, no trecho destacado a seguir, podemos perceber um discurso social, político e cultural que envolve a partilha e a solidariedade.

Rodrigo Melo Franco e sua **equipe do SPHAN**, voltados fortemente para o **patrimônio artístico do período colonial**, participaram ativamente da valorização da identidade patrimonial de nossas cidades históricas e, em Tiradentes não foi diferente. Entretanto, a preservação da cidade se dá também por conta da própria comunidade que, movida pelo **sentimento comunitário** legado pelas Ordens Terceiras, cuidou **principalmente das igrejas**. Houve também figuras importantes como é o caso de **alguns prefeitos**. (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017, p. 82, grifo nosso)

No viés social, está o sentimento comunitário, embora este tenha sido legado de Ordens Terceiras e não por iniciativa da própria comunidade. Destacamos dois termos aqui: Ordens e Terceiras. Há desses dois termos um efeito de que atrás da comunidade existe alguém que dita as ordens, e a

comunidade é “movida pelo sentimento comunitário”, que dito de outra forma pode ser tomado como: a comunidade obedece. Se as ordens são terceiras, vieram de quem? Não há uma relação direta aqui. Existe um terceiro que comanda, de longe. O discurso político pode ser observado quando se menciona a “equipe do SPHAN”, que é um órgão institucionalizado, e “alguns prefeitos” (alguns foram importantes, outros não). Sob que lugar se julgam esses prefeitos como importantes ou não? Importantes em que sentido? De quem se fala e quem fala sobre? Em relação ao discurso cultural, observamos a referência ao patrimônio artístico do período colonial que foi preservado, especialmente no que se refere às igrejas. Esse efeito toma sentido quando retomamos a Figura II mencionada anteriormente e posta na primeira página do Plano de Inventário.

Ainda sobre a comunidade, considera-se importante retomar a temática já que esta é aqui posta como coadjuvante e só se movimenta diante de “Ordens Terceiras”. No primeiro momento, a comunidade não tem condições financeiras de manter o patrimônio da cidade e agora a preservação ocorre principalmente movida pela comunidade, que por sua vez necessita do outro para que isso aconteça. Quem é esse outro que sempre precisa vir de fora para que a comunidade seja capaz de ver o que possui? Um efeito seria pensar novamente no processo colonizador. É o discurso da valorização, posto por um não nativo e não por um nativo.

Pablo – *Ele vai...*

Henrique – *Fora do lugar ele já chega notificando, eles fazem a função deles como órgão fiscalizador e fazem muito bem.*

Pablo – *Certo! E aí vocês também fazem uma campanha, uma política com a própria cidade de mostrar para eles que a cidade precisa...*

Henrique – *Sim.*

Pablo – *Que tem que ter.*

Henrique – *Precisa e é importante, mas tem gente que digamos assim não...*

Para a compreensão do funcionamento do discurso, da sua relação com o sujeito e com a ideologia, observamos o conceito de interdiscurso. Este conceito é importante, pois é a partir do interdiscurso que se estabelecem relações entre discursos. Ainda que de forma inconsciente, ou esquecida, o sujeito, na relação com o interdiscurso, ao falar, apropria-se – imaginando ter o domínio de sua fala - dos já-ditos, os quais recebem novos significados e vão possibilitar o dizer. No trecho anterior da entrevista, onde se tem a expressão “precisa e é importante”, pode-se perceber que o discurso da resistência é posto em circulação a partir da Lei que vem, que se impõe. Os órgãos públicos tentam mostrar a necessidade do cumprimento, mas alguns resistem. Há um processo discursivo aqui que retoma os ditos anteriores. Assim como o não nativo veio e comprou o que o nativo não tinha condições de manter, a Lei vem e impõe que se “preserve” o que é necessário para manter a máquina em funcionamento (o turismo?).

Uma justificativa para que se mantenha em funcionamento o Patrimônio, mesmo sob resistência de alguns (não se sabe quantos nem quem especificamente) está na descrição do Patrimônio feita na p. 87 do Plano de Inventário:

A cidade apresenta um dos acervos arquitetônicos mais importantes de Minas Gerais, constituído por construções setecentistas religiosas, civis e oficiais. Na arquitetura civil, destaca-se a harmonia do casario térreo, caracterizado pela simplicidade de suas linhas que se alongam em lances contínuos pelas ruas principais da cidade. Algumas peculiaridades também se sobressaem na paisagem urbana, como as casas térreas com número ímpar de janelas, vergas abatidas e vedações em guilhotinas e treliçados, cuidadosamente elaboradas. (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017, p. 87)

Característica das campanhas publicitárias, esse trecho carrega o tom da descrição positiva e da valorização do produto. Há um não-dito em relação ao que foi dito sobre aqueles que resistem às imposições: diante de tamanha importância, é necessário que se priorize o patrimônio.

Em outras palavras, a cidade é conhecida pelos seus “atrativos históricos”. Diante desta característica, o discurso administrativo é marcado

pelo discurso publicitário quando, nesse trecho, se propõe a descrever tais atrativos, é uma estratégia administrativa, afinal, devido ao turismo e às características históricas, a cidade se oferece como objeto de consumo.

Tomemos os termos “atrativos históricos”. O que seriam? Produzem que sentidos? Pelo recorte podemos retomar: acervos arquitetônicos, construções setecentistas religiosas, civis e oficiais, casario térreo, casas térreas. Estes termos provocam o efeito que remete ao discurso tradicional, publicitário posto em circulação. É algo da ordem de que ao colocar esses atrativos, atrai-se um determinado público para este lugar.

Pablo – *Ah não, sempre vai ter! Já passando para a nossa próxima pergunta, você falou sobre o ciclo do ouro, que foi um marco histórico importante para a cidade, você acha que esse ciclo do ouro específico, ele influenciou positivamente ou não na divulgação da cidade?*

Henrique – *Olha, acho que foi positivo, porque a cidade no momento de vila enquanto era arraial e vila no auge do ciclo do ouro ela, ela foi uma das vilas mais importantes do estado de Minas Gerais, da capitania de Minas Gerais e neste período, foi construído tudo que a gente vê aqui hoje, a gente tem é, as igrejas, as casas, os casarões. Tudo foi dessa época e quando ficou perdido no tempo e ou ficou tudo bem mantido, bem trabalhado é bem é, como que fala? É bem, ficou bem preservado, aí depois tudo remete ao ciclo do ouro, todo mundo fala, é isso aqui foi construído no ciclo do ouro, foi construído pelos escravos nessa época, é, tudo tem uma ligação com o ciclo do ouro.*

Contudo, ampliamos a reflexão e buscamos o brasão (Figura 15) onde se reconhece que a publicidade posta em circulação na cidade de Tiradentes, bem como outras que recortamos e posteriormente mostraremos, que nos faz considerar os três processos de produção da linguagem: constituição, formulação e circulação dos sentidos. Conforme Orlandi (2000, p. 151) “os sentidos são como se constituem, como se formulam e circulam”.

Figura 15 - Brasão da cidade de Tiradentes.



Fonte: Prefeitura Municipal de Tiradentes.

A partir destes três processos, consideramos que a constituição dos sentidos se dá “a partir da memória do dizer, fazendo intervir o contexto histórico-ideológico mais amplo”, a formulação ocorre “em condições de produção e circunstâncias de enunciação específicas” (ORLANDI, 2000, p. 09). Já a circulação tem a ver com percursos dos dizeres que se dão em certas conjunturas, esta circulação, por sua vez, perpassa por “meios” em que não há neutralidade. No caso em análise, o meio de circulação se dá pela publicidade posta na cidade de Tiradentes, seja no Plano de Inventário, seja espalhada pela cidade.

Tanto a fala “(...) *vila no auge do ciclo do ouro ela, ela foi uma das vilas mais importantes do estado de Minas Gerais, da capitania de Minas Gerais e neste período, foi construído tudo que a gente vê aqui hoje, (...)*,” quanto a imagem (as datas, o símbolo de um castelo no lugar de uma coroa, os grãos de café), constituem dos sentidos sobre a cidade e que reverbera toda aquela história sobre o “boom”, sobre o ouro. Vale ressaltar, porém, que aqui consideramos historicidade, pois estamos apoiados numa teoria materialista. A memória discursiva acerca de Tiradentes é produzida não somente nesta campanha publicitária, como em outras. Isso é a formulação, baseada nos esquecimentos. Em outras palavras, não se diz outra coisa para dizer aquela, que é afetada/ produzida sempre pela e na memória. Reconhecemos que a campanha publicitária é veiculada com vista a trazer não só como arquivo

(memória metálica)², mas como efeito de sentido de que Tiradentes é uma cidade significada com valores históricos expressos na sua linha do tempo descrita no brasão ilustrado na Figura 15.

Vale ressaltar que, discursivamente, quando falamos em arquivo, consideramos que para Pêcheux (1994 [1982], p. 57), arquivo um “campo de documentos pertinentes e disponíveis sobre uma questão”. Sendo assim, para o autor, a constituição do arquivo está relacionada aos gestos de leitura e estes apontam para a possibilidade de diferentes ‘maneiras de ler’, ou diferentes maneiras de apreender e interpretar os documentos pertencentes a certo arquivo. Logo, isso coloca em movimento o “trabalho do arquivo enquanto relação do arquivo com ele mesmo, em uma série de conjunturas, trabalho da memória histórica em perpétuo confronto consigo mesma” (PÊCHEUX, 1994 [1982], p. 57).

Isso, em nosso trabalho, equivale a considerar que por meio do arquivo e da memória histórica, é possível, diante do conjunto de documentos, lançar gestos de interpretação em torno da discursividade que constitui o arquivo organizado referente à temática, no caso desta pesquisa, àquilo relacionado a cidade de Tiradentes.

Pablo – *Então a gente pode de uma forma, baseando em tudo que você falou até agora, resumir que a cidade teve um “boom” no ciclo do ouro, depois realmente ela ficou esquecida até...*

Ficou esquecida sob que ponto de vista? Do turista? Das empresas? Da própria comunidade? Há de se pensar aqui que houve um processo de retirada do que a cidade teve de bom, depois a saída das pessoas que se “aproveitaram” deste momento enquanto “passivamente” a comunidade assistia a tudo. É como se o ato de a cidade ter sido esquecida trouxesse à tona um discurso de exploração/abandono. É como remeter ao ditado popular: “usa e joga fora”. Observamos que o lugar é significado a partir do ciclo do

²Para Orlandi (2010, p.16) a memória metálica possibilita outra materialidade formal bem distinta da histórica, pois a memória metálica “lineariza, por assim dizer, o interdiscurso, reduzindo o saber discursivo a um pacote de informações, ideologicamente equivalentes, sem distinguir posições”

ouro. Sem o ciclo, este mesmo lugar cai no esquecimento, perde-se no tempo e só volta a significar como valioso quando acontece outro “boom” do ouro.

Henrique—*Ficou, ficou esquecida mesmo.*

Pablo – *...pelo menos 1980 quanto teve esse outro “boom”.*

Henrique – *É, verdade!*

Pablo – *E durante esse período, como que era Tiradentes? Eu sei que você é bem mais novo e que você não viveu lá, mas pelos relatos na prefeitura, como que era a cidade nesse ato, que a gente pode dizer assim?*

Henrique – *Olha nesse tempo, é, na decadência do ouro mesmo a cidade não produzia mais nada...*

Pablo – *Certo!*

Henrique - *...era só o ouro mesmo. Não tinha uma plantação, não tinha nada. Na hora que acabou o ouro, todo mundo ficou, foi embora realmente, ficou pouca gente aqui e esse pessoal vivia, é tem relatos até de parentes meus, minha avó que meu bisavô eles tinham muita roça, plantavam roça, criavam animal tudo por subsistência mesmo, eles trocavam, um plantava arroz e trocavam pelo feijão do outro, isso nessa parte, tipo escambo mesmo.*

Pablo – *Que legal! E aí tem um tema também, a gente já está conversando, algumas perguntas vão sendo atropeladas só para deixar isso claro, é o crescimento da cidade. Então você acha que ele, a gente pode dividir ele em dois momentos: o ciclo do ouro com a ascensão e a decadência e depois a partir dos anos 80?*

Henrique – *É o ciclo do turismo.*

Pablo – Isso e esse ciclo do turismo, o que que você acredita que foi motivacional para isso, o que que criado ó, a nossa saída para deixar de ser uma cidade fantasma é o turismo, o que que pode ser um dos motivos que levou a isso?

Henrique – Olha, o turismo veio que, igual falei anteriormente, com a divulgação do Ivis. Ele veio, apaixonou pela cidade e **começou a divulgar a cidade, ele trabalhava na Globo e começou a divulgar a cidade, daí a globo então fez vários filmes aqui, várias novelas e isso ajudou muito é o turismo de Tiradentes**. O pessoal começou muito a querer conhecer a cidade e chegava aqui, essa cidade maravilhosa, essa vida simples que tinha aqui e tudo e o pessoal começou a vir aqui atrás de artesanato, atrás da gastronomia, atrás da cultura local, **mas o crescimento mesmo é de divulgação é, foi principalmente por essa, quando a televisão começou a vir para cá.**

Os trechos em destaque apontam para o discurso publicitário. Divulgar a cidade é visto como algo fundamental no processo que reergueu o lugar esquecido. Foi a partir da publicidade que o turismo se implantou e “libertou” a cidade do ostracismo. Segundo o Plano de Inventário (2017):

As estimativas de crescimento populacional em Tiradentes, durante a década de 80 do século XX, não indicavam acréscimo populacional ou econômico significativo que fosse responsável por reforçar a rápida expansão urbana. Acreditava-se que mesmo as atividades voltadas para o turismo não iriam induzir, a curto prazo, uma necessidade de novo suporte urbano. Entretanto, não foi exatamente isso o que aconteceu. **Com a implantação da atividade turística, a estagnação econômica que acompanhara a cidade foi rompida.** (PLANO DE INVENTÁRIO, 2017, p. 79, grifo nosso)

Retomemos a um dos questionamentos iniciais desta pesquisa: **“Como o administrativo na cidade de Tiradentes filia-se a uma memória do turismo?”**

Nos recortes a seguir, temos como efeito uma discursividade que aponta para o fato de que a publicidade foi fundamental para que o turismo se implantasse na cidade e conseqüentemente a levasse ao crescimento econômico, social etc. Os dois primeiros trechos são da fala do

superintendente e o terceiro retirado do próprio Plano de Inventário. Vejamos os deslizamentos:

“...ele trabalhava na Globo e começou a divulgar a cidade...”



“...O pessoal começou muito a querer conhecer a cidade e chegava aqui...”



“...Com a implantação da atividade turística, a estagnação econômica que acompanhara a cidade foi rompida.”

Por meio da leitura desses recortes, considerando possíveis sentidos da língua, observamos que apesar dos interesses públicos que nem sempre consideram as necessidades do povo, sujeito cidadão, as influências de forma ampla podem ser consideradas positivas no que diz respeito ao desenvolvimento econômico. Com toda a riqueza que a região envolve no que diz respeito ao contexto da história social, formação urbana, conjunto arquitetônico, patrimônio natural, artesanato e folclore e culinária o turismo ganha peso na economia local.

Contudo, por vezes controversos, há que se destacar que o turismo foi para a cidade de Tiradentes um resgate dinâmico da economia local, incentivando o fomento público e privado que contribuiu para o enobrecimento de áreas e imóveis, criação de novos comércios e atividades econômicas locais entre outras iniciativas (NEVES, 2013). Esse movimento incidiu na ampliação das relações entre espaço urbano, desenvolvimento econômico-social e turismo. Ou seja, reconhece-se que a atividade turística de Tiradentes tem uma força de desenvolvimento, no qual o discurso publicitário público (objeto de análise deste estudo) influencia no êxito. Contudo, percebe-se que, por razões ainda não muito claras, talvez a atenção ainda possa ser explorada,

pois se considerarmos as infinitas possibilidades e alguns descontentamentos da população, talvez podemos reconhecer que as ações possam ainda não estar à altura da potencialidade que esta região possui.

Pablo—*Você acha que realmente a divulgação turística foi pelo foco nas mídias mesmo?*

Henrique – *Começou. É, das mídias mesmo e depois começou, teve um fato importante foi quando, foi criado o hotel Solar da Ponte também, na década de 70.*

Pablo – *Certo!*

Henrique – *Acho que se não me engano na década de 70, eles já participavam, fizeram um hotel muito, que até hoje é um hotel muito conceituado e tudo e começou a trazer gente de fora também. Eles faziam as propagandas deles por aí por fora, tinham muitos conhecidos até internacionais. Eles é, participavam do roteiro de charme, disso já começou a engrenar mais ainda. Aí desse hotel, começaram a surgir mais restaurantes, outros hotéis, outras pousadas e nisso foi vendo que era possível viver do turismo.*

Pablo – *Certo! Ai entrando nisso, você falou que o primeiro grande hotel, digamos assim, foi de 1970...*

Sob o olhar da Publicidade e Propaganda, os meios de comunicação/mídia são um veículo para a publicidade. A partir da materialidade linguística e de outras materialidades, é possível que estes meios influenciem um determinado público a adquirir um produto ou serviço. A materialidade da linguagem na publicidade é articulada entre verbal e não verbal na direção da “comunicação com um público”. Essa comunicação produz-se pela evidência do lugar do sujeito enquanto consumidor. Assim, sob o olhar discursivo, observamos, porém, que a administração da cidade se utilizou da materialidade das mídias para a divulgação turística de Tiradentes.

De acordo com a entrevista, primeiro a divulgação se deu pelas mídias (não se sabe se televisão, rádio, meios impressos etc.), depois pela construção de um hotel: “Começou. É, das mídias mesmo e depois começou, teve um fato importante foi quando, foi criado o hotel Solar da Ponte também, na década de 70”. Nesse sentido, temos a mídia e o hotel, como veículos importantes

utilizados pelos administradores para divulgação da cidade de Tiradentes ao requisitado turista.

Esse processo de divulgação nos faz ressaltar que não estamos discutindo aqui algo que simplesmente chega até um sujeito empírico. Discursivamente, estamos diante de um sujeito inserido em um jogo de formações imaginárias. Logo, há uma constância de ditos em não ditos que também circulam.

Neste movimento publicitário para a divulgação de Tiradentes, propomos a seguinte relação entre os envolvidos no processo.

Administração da cidade ↔ anúncio publicitário ↔ turista

Administração da cidade ↔ inauguração de hotel de grande porte ↔ turista

O que não se pode dizer nesse jogo? Que a administração da cidade pensa um turista ideal e propõe a divulgação do seu “produto” em torno desse sujeito. O hotel foi uma forma de divulgação. Mas de que porte é esse hotel? Que tipo de público ele atrai? Isso não é dito, mas é posto em circulação pelas condições de produção.

Henrique – *É!*

Pablo – *Por volta disso. Hoje mais ou menos você tem uma ideia de quantas unidades habitacionais teriam aqui em Tiradentes? Um dado meio aleatório de um, você acha que quantos hotéis deve ter aqui hoje mais ou mesmo?*

Henrique – *Pousadas e hotéis tudo junto, deve ter umas 400 né?*

Pablo – *Umas 400 pousadas? E isso em leitos, se a gente fizesse uma média de cada um tem 10, acha que tem 4000 leitos mais ou menos dentro da cidade?*

Henrique – *É. Até mais.*

Pablo – *Até mais, você acha então?*

Henrique – *É, na média.*

Pablo – *Tá. E uma população que hoje está na base de quantos?*

Henrique – *8 mil habitantes.*

Pablo – *8 mil. Então a gente pode dizer que o que a gente tem de leitos de hotel, a metade da população?*

Henrique – *Tem até mais.*

Pablo – Até mais?

Henrique – Tem hotéis aí com 70 apartamentos.

Pablo – Com 70 apartamentos.

Henrique – O pessoal aluga muito as casas também.

Pablo – Ainda tem isso também, o pessoal aluga residências durante os grandes eventos impulsionados.

Temos, pois, uma cidade que possui de turistas, em média, metade do número de habitantes ou até mais. Poderíamos, então, dizer que esse é um reflexo do discurso publicitário posto em circulação e que a massa turística seria o resultado da implementação desse discurso? Em outras palavras, tantos turistas equivaleriam à quantidade de pessoas que se dispuseram a “comprar o produto”.

Pablo – Vamos lá! Aí como você está falando isso, como que a prefeitura, o poder público em geral tem se preparado para poder trabalhar principalmente com esse crescimento populacional, econômico e turístico? Como que o poder público na sua visão, tem percebido isso e tem trabalhado com esta constitucionalidade, essa evolutiva?

Henrique – Olha, o poder público, tem a parcela muito boa de, como que fala? De responsabilidade nessa divulgação do município, é sempre foi feito, foram feitos trabalhos para trazer o turista, tudo, mas o turista não foi o suficiente. Até hoje não é o suficiente ainda, o que veio mais foi do setor privado que fez a maior. Como que fala? A maior parte dessa divulgação foi o setor privado que fez. Quer dizer, a prefeitura apoiou no início dos eventos e daí os eventos foram ajudando na divulgação da cidade, foi uma roda aqui foi...

Pablo – Certo! Aí já entrando nisso, você falou que a prefeitura apoiou então, ela não tem feito então uma parte de propaganda publicitária?

Henrique – Não!

Pablo – Mas ela apoia de outras formas como por exemplo, os eventos.

Henrique – Apoia a maioria dos eventos é! E os eventos fazem a parte publicitária.

Pablo – E a publicitária. Então, na verdade, a gente pode dizer que a prefeitura indiretamente é parceira em todos os eventos?

Henrique – É parceira em todos os eventos, tem dado retorno, os eventos pagam seus impostos, pagam as taxas de alvará, de ocupação e tudo fazem essa...

Pablo – Publicidade?

Henrique – ... essa mídia espontânea.

Pablo – Ótimo! E dentro dessa publicidade, você falou que está aqui há um ano e pouco, mas especificamente, com o turismo há pouco mais de 1 mês, só que, você sabe informar se você tem algum histórico? Você tem algum arquivo dessa publicidade que foi feita pela prefeitura ao logo desses anos, principalmente dos anos 80 para quando teve esse “boom”?

Henrique – Olha eu não, eu não conheço esses documentos mais posso procurar e te passar. Posso procurar onde tem e tudo, porque provavelmente no nosso arquivo municipal deve ter, aí estava, o arquivo “tava” esquecido um tempinho, a gente tá recuperando agora, tá em fase de organização ainda, para depois digitaliza, aí então, tá na procura física ainda, ainda tá...

Pablo – Certo, mas você acredita então que tenha alguma coisa?

Henrique – Acredito que sim.

Pablo – Ótimo! E aí agora você até informalmente me mostrou que vocês estão fazendo um novo projeto para essa publicidade, para essa divulgação da cidade. Como que ela é direcionada hoje? Vocês pensam somente para o turismo ou também fazem para a população, digamos assim, dentro da própria cidade, para a população circunvizinha?

Henrique – Olha, é a gente tá trabalhando, já desde o início do ano com o programa de comunicação de destino. A gente contratou uma empresa que fez todo o trabalho junto com a gente né, porque a empresa não consegue fazer tudo sozinho. A empresa veio, pesquisou, fez o trabalho de campo e a gente identificou Tiradentes como um passeio completo, é onde aborda o patrimônio histórico, cultura, temos os atrativos naturais, os atrativos do artesanato e da gastronomia. Aí desses tópicos a gente, os tópicos até são, história, arte, natureza e gastronomia, são quatro tópicos, dentro desses tópicos a gente subdividiu e fez todo o estudo voltado para eles, e a gente tá criando agora uma revista, com destino a Tiradentes. São 46 páginas, ela vai ser voltada para as agências de turismo, para a feiras de turismo, que o nosso circuito, a gente participa do circuito Trilha dos Inconfidentes. Eles sempre participam de feiras, coisas assim, a gente vai levar esse material promocional nosso para lá. A nossa pesquisa, o nosso trabalho está também em mapas, com curiosidades da cidade, temos também um aplicativo e um site com destino a Tiradentes, além de banners com os temas que a gente vai colocar em aeroportos e rodoviárias e até nessas agências mesmo.

Pablo – Então este Destino a Tiradentes vai ser a porta de comunicação de vocês...

Henrique – Vai ser.

Pablo – ... com o turismo?

Henrique – É.

Pablo – Você tem uma previsão de quando ele entra no ar? Já tem alguma coisa que está disponível?

Henrique – A gente tá terminando a editoração da revista e creio que até setembro a gente vai estar com tudo isso no ar.

Pablo – E o site também?

Henrique – O site também.

Pablo – Para o mês de setembro?

Henrique – Tudo para o mês de setembro.

Pablo – E então vai ser uma divulgação com a prefeitura responsável?

Henrique – Com a prefeitura, essa é a prefeitura que está fazendo.

Pablo – Certo!

Henrique – Lógico que a gente tem apoio do, de membro do conselho de turismo, temos o Tiradentes Mais, que é uma associação de empresários que juntaram para fazer esse, essa comunicação de destino como Tiradentes, não fazia a prefeitura.

Pablo – Sei.

Henrique – Os empresários se juntaram para fazer também, então nós vamos ter duas frentes de...

Pablo – Mas é um veículo da prefeitura? A prefeitura concorda? Ela está na frente, ela vai ajudar com a divulgação?

Henrique – É vai até fazer o Tiradentes Mais, eles têm o material deles e nós temos o nosso, só que a gente tá reunindo pra falar a mesma língua. Todo mundo vai tratar o mesmo...

Pablo – Mesma coisa... Então isso aí a gente pode dizer que hoje a mídia priorizada por vocês vai ser todas, vão pegar tanto via internet quanto via física...

Henrique – É, internet, física.

Pablo – Vocês vão fazer uma divulgação bem ampla nisso.

Henrique – Sim, sim!

Pablo – Ótimo! E aí você acha que essa divulgação, este tipo de publicidade, se a gente analisar, você deu exemplo, só para agente poder situar que são mapas da cidade hoje?

Henrique – É.

Pablo – Imagino que alguns anos atrás também fizeram mapas que não refletem a realidade da cidade hoje mais...

Henrique – Não, não.

Pablo – Você também citou o fato das pessoas venderem os casarios no centro para estabelecimentos comerciais e se mudarem para fora da cidade ou para as áreas mais afastadas. Você acha que isso tem um ponto positivo na divulgação, uma vez que o centro está mais preservado. Você acredita que isso é importante?

Henrique – É acho importante sim, porque apesar de não ter tanta vida do tiradentino no centro, ainda tem poucas famílias no centro histórico mesmo, mas é importante na preservação mesmo dos bens.

Pablo – Certo! E tem pouco na vida, pois acaba que as pessoas são absorvidas pelo mercado de trabalho, são desenvolvidas...

Henrique – São, eles trabalham, aqui não falta emprego, graças a Deus e graças ao turismo que, e graças a essa roda que é girada a partir disso...

Pablo – Essa roda econômica que é girada a partir disso. Ótimo! Eu queria mais ou menos que a gente tentasse direcionar, já para o final, e o que você acha então que o impacto dessa divulgação de Tiradentes, ela traz de impactos positivos e negativos para o turismo local? É difícil a gente falar de atos negativos no turismo, mas acredito que algum deva ter. O que você percebe que a gente pode colocar aqui a publicidade excessiva, você comentou comigo, uma vez sobre o carnaval chegou um momento que ficou complicado, o que você acha que podemos falar sobre isso?

Henrique – É, o antigo efeito manada que tinha. Aí o pessoal falar assim, “oh, esse ano nós vamos para o carnaval de Ouro Preto” chega lá e (), esse ano nós vamos para Prados, chegou uma época que chegou em Tiradentes, só que Tiradentes é uma cidade de 8, é na época e até hoje de 8 mil habitantes com a estrutura para 8 mil habitantes, mais os leitos, só que o pessoal começou a alugar as casas demais e tudo muito super lotado. Tiradentes começou a faltar água, faltar luz, faltava suprimento, como que vai manter um público bom, tendo falta de recursos básicos? Não tem como. Aí fizeram entre 2004 e 2006, fizeram, a prefeitura fez um trabalho também para voltar o carnaval tradicional de marchinhas, de músicas tradicionais, isso ajudou muito, a volta o carnaval, o carnaval raiz, o carnaval antigo e voltar muito para o público familiar, visto que é um público que Tiradentes tem muito né... As pessoas vêm com família passear em Tiradentes.

Ainda pensando nos processos de constituição, formulação e circulação, confrontamos a imagem com os dizeres da entrevista: “ (...) Aí fizeram entre 2004 e 2006, fizeram, a prefeitura fez um trabalho também para voltar o carnaval tradicional de marchinhas, de músicas tradicionais, isso ajudou muito, a volta o carnaval, o carnaval raiz, o carnaval antigo e voltar muito para o

público familiar,(...).”Agora tomemos o título da Figura 16 “Como será o tradicional”. Se é tradicional, imagina-se como será ou como o tradicional produz sentidos de uma Tiradentes do passado?

Figura 16 - Representação do povo local no carnaval.

Saiba como será o tradicional carnaval de Tiradentes, em Minas Gerais



Festa é destinada à toda família, com marchinhas, samba, bloquinhos de rua, shows e muita animação

Fonte: <https://portal6.com.br/2019/02/22/saiba-como-sera-o-tradicional-carnaval-de-tiradentes-em-minas-gerais/>, acesso em 18 maio 2019.

No aspecto publicitário, segundo a entrevista, tomamos que a mesma divulgação que levou o turista para Tiradentes acarretou um “efeito manada”. Esse efeito prejudicou a cidade porque ficou *“tudo muito super lotado. Tiradentes começou a faltar água, faltar luz, faltava suprimento, como que vai manter um público bom, tendo falta de recursos básicos? Não tem como.”* Logo, temos um discurso administrativo. Assim, jogou-se com o discurso publicitário reverso, com o efeito contrário, em uma tentativa de diminuir o número de turistas. Assim, a prefeitura fez um jogo para dispensar os foliões e retomar com o carnaval “tradicional”, conforme a imagem “festa voltada para a família, com marchinhas, samba, bloquinhos de rua, shows e muita animação.”

Pablo – Bom, a gente pode indiretamente afirmar que a prefeitura, a administração pública, ela é sensibilizada a perceber que aquele tipo de turismo manada não estava sendo interessante para a cidade.

Henrique – *É! Não estava sendo interessante, teve muita depredação do patrimônio, muita pichação, é coisas negativas mesmo, aí a prefeitura então, começou desde então é, optar por esta divulgação de, para acertar...*

Neste caso, refletimos novamente sobre a relação entre a constituição, a formulação e a circulação dos sentidos, a partir da imagem publicitária, tomadas como materialidades linguístico-históricas: (i) a constituição dos sentidos - o trabalho da memória do dizer (interdiscurso); (ii) a formulação - textualização do anúncio (intradiscurso); a circulação - processo que os sentidos se dão em uma certa conjuntura, assentados em um dado suporte.

Figura 17 - Divulgação contra a depredação de espaços públicos.



Fonte: Prefeitura Municipal de Tiradentes

Além do “efeito manada” super lotar a cidade, há outro dito desses dizeres e nessa publicidade: há um discurso de vandalismo associado ao fato de que as pichações são características desse grupo. Se tomarmos a cidade como um espaço (e não somente espaço físico, mas, sobretudo, espaço simbólico sobrecarregado de sentidos, temos, pois, que esse ato de pichar não traz um efeito positivo para o “tradicional”. Logo, o que vem à tona é um discurso que propõe uma relação de forças, em uma leitura possível, há um não dito que reflete o seguinte: é preciso “lutar” contra o “efeito manada” que superlota e “depreda/deprecia” a cidade e ainda depreda um patrimônio histórico, não “qualquer” muro. Assim, a memória do dizer, enquanto memória

discursiva, ou interdiscurso, compreende o esquecido e o lembrado, já que para dizer é necessário deixar de dizer. O interdiscurso é “o saber discursivo que torna possível todo dizer e que sustenta cada tomada de palavra” (ORLANDI, 2000, p.31). Assim a memória do dizer remete tanto à cidade que não é qualquer uma, é histórica, simbólica, tradicional. É um lugar setencista, que já aceitou o não nativo, mas quando este veio para “contribuir” e não para danificar o patrimônio. Este, que destrói, picha, não é bem visto e não é aceito.

Pablo– *Então houve influência do poder público nesta divulgação?*

Henrique – *Houve sim. Teve.*

Pablo – *E esta influência permanece até hoje, a prefeitura ainda tem essa consciência então quando ela percebe que algum evento por exemplo não deu certo, pro ano seguinte ela propõe melhorias?*

Como o poder público parte do princípio que não pode dizer tudo que quer, estaria incluída aí a relação de forças, nela há uma ligação entre o sujeito e o lugar social sobre o qual se diz. Assim, ele diz o que pode. Logo, os implícitos fazem parte da relação de interação que a leitura estabelece. Preservar nossos bens pressupõe a possibilidade de não preservação. Retomemos à publicidade sobre o ato de pichar. Em outras palavras, há um público que picha, que não preserva os “nossos bens”, que chega à cidade e não só usufrui dos benefícios como danifica os bens. Se observamos as condições de produção, fundamentalmente, precisamos trabalhar com a incompletude do texto. Há um equívoco no termo “bens”, algo da ordem do discurso capitalista, comercial.

Henrique – *É isso que a gente tem feito. Nosso carnaval do ano passado, a gente fez voltado para o carnaval cultural, a pessoa que, folião mesmo de micareta, vai ver lá carnaval cultural, o que que eu vou fazer lá? Ai o público família já olha e já fica mais interessado. É um carnaval muito bacana de blocos de ruas, você pode andar tranquilo, tem bastante segurança e a gente viu que as pousadas começaram a encher de novo no carnaval.*

Temos discursos públicos que enaltecem essa fala como mostrado na figura a seguir.

Figura 18 - Discurso público administrativo.

Para garantir a segurança de moradores e foliões, a Prefeitura de Tiradentes informou que haverá 36 seguranças atuando diariamente, além de plantão da Polícia Civil e do Corpo de Bombeiros voluntários.

Fonte: <https://portal6.com.br/2019/02/22/saiba-como-sera-o-tradicional-carnaval-de-tiradentes-em-minas-gerais/>, acesso em 18 maio 2019.

Para garantir que este público esteja seguro, temos um discurso voltado para a proteção que usa de forças oficiais para garantir tal segurança. Há algo da ordem da violência *versus* paz. E o poder público joga com essa intervenção. É como se o discurso da cidade fantasma (destruída e abandonada pelo próprio nativo) voltasse. Só que agora o nativo é o defensor desse patrimônio, pois nem todo não nativo tem as mesmas “boas intenções” daquele que comprou o casario e fez a cidade alavancar.

Vejam os que há uma inversão: o nativo não resiste ao não nativo no início da história, mas agora o não nativo nem sempre é visto com o olhar da positividade. Nesse sentido, retiramos a “colonização de povoamento” e a “colonização de exploração” passa a ser a principal. Quanto a esta última, faz-se necessário lutar. A publicidade, o poder público e a implementação de segurança se tornam estratégias adotadas pela administração. Sobre tal ponto, destacam-se as Figuras 19 e 20.

Figura 19 - Divulgação dos 300 anos da cidade de Tiradentes.



Fonte: Prefeitura Municipal de Tiradentes

Reconhecemos que essa imagem ecoa a memória do dizer a partir da textualização: “cultural”, “300 anos”, “berço da liberdade”. Um passado que vem à tona o tempo todo pela/na publicidade em circulação. Observamos a mídia em torno dos dizeres, a centralidade do nome da cidade. Além disso, duas características importantes estão abaixo do termo Tiradentes: a idade e um paralelo com o termo berço. A idade retoma o discurso do tradicional, do antigo, do preservado apesar do tempo. Em contrapartida, o termo berço, que representa aquilo que abriga o novo. No caso, uma cidade tão antiga ainda pode ser considerada berço e este abriga a liberdade. Há um discurso tradicional que se mistura com outro que garante uma não exploração a partir do termo “liberdade”. É como se houvesse o não dito: somos tradicionais, antigos em idade, mas livres.

Figura 20 - Divulgação contra a depredação de espaços públicos.



Fonte: Prefeitura Municipal de Tiradentes

Pablo – A gente...

Henrique – *E outra coisa, o caso que você falou que a gente consegue olhar se deu certo e melhora no outro ano o carnaval, a gente melhorou esse ano também e ano passado. Nosso réveillon quase saiu do eixo, veio o público todo que várias cidades cancelaram. Aí deu aquela, aquele “boom”, grande demais que já teve problemas, tivemos problemas que a gente não queria ter tido, a gente já freou, acabou réveillon. Na semana seguinte, começamos a bolar o carnaval, tratamos de novo para não ter este problema no carnaval e deu certo, aí foi um trabalho conjunto com o poder público, junto com a associação empresarial e com os conselhos municipais.*

Observemos que a palavra “boom” novamente é posta aqui, só que agora com o efeito negativo. No passado o “boom” representou o crescimento econômico, agora ele representa problema e foi preciso uma intervenção administrativa para freá-lo. A dimensão dos problemas pode ser tomada pelo conjunto que teve que se unir para agir: foi um trabalho conjunto com o poder público, junto com a associação empresarial e com os conselheiros municipais. A mesma gradação que aparece no Plano de Inventário, cujo efeito aponta para um grau de importância daquilo que está tombado volta a circular nesta fala, só que como uma união de forças (do menor grau ao maior) para dispensar esse não nativo que não trouxe o crescimento para a cidade, como

no passado, mas a algo que remete à ordem dos problemas. Neste sentido, temos um “boom” com efeito contrário que este poder administrativo não admite.

Pablo – Certo!

Henrique – *Aí a gente juntou, sentou e viu o que estava errado, o que estava certo deu certo.*

A logomarca da prefeitura, ilustrada na Figura 21, traz o movimento do resgate à história e, simultaneamente, a construção de um novo tempo. Observemos os deslizamentos:

Figura 21 - Logomarca da Gestão 2017/2020 da cidade de Tiradentes.



Fonte: Prefeitura Municipal de Tiradentes

Resgatando a história e construindo um novo tempo.



Resgatando a história para construir um novo tempo.



Ao se resgatar a história se constrói um novo tempo.

Esse slogan produz um efeito de que o tempo é novo, mas é feito a partir do passado, do que está lá atrás e foi resgatado. Se foi resgatado é porque estava perdido. E, por ser encontrado, trouxe a possibilidade de se refazer, de se recriar, de se reconstruir. Nessa conjuntura, surgem alguns questionamentos: há algo da cidade que se perdeu? Essa tentativa de produzir o efeito do tradicional, do histórico, do cultural, da preservação arquitetônica é

uma forma de dizer ao não nativo que apesar da sua “contribuição” no passado essa cidade agora produz um tempo novo? Somente a partir do resgate ao passado é que se constrói um tempo/cidade novo (a)? O slogan joga com quais sentidos quando fazemos um paralelo com as publicidades sobre a pichação (Figura 17) e a preservação dos bens (Figura 20)? Para quem se diz o que se diz?

Nesse caso, é preciso considerar, também, as condições de produção em sentido estrito que, de acordo com Orlandi (2009), dizem respeito às circunstâncias da enunciação, ou seja, seu contexto imediato. Sendo assim, destaca-se esta fala parte da prefeitura, que é um órgão institucionalizado. A utilização do termo “construindo um novo tempo” funciona no sentido de legitimar os discursos e ações das instituições no sentido que é só a partir delas que haverá a possibilidade de construção de um novo futuro.

Percebe-se uma tentativa de direcionar os sentidos sobre o “novo tempo” e que este vai ser “construído” de acordo com os planos da Prefeitura. E o que se percebe, pela promoção do turismo em suas várias formas, é que esse “novo tempo” passa pelo discurso capitalista de exploração do arcabouço histórico da cidade. Há um efeito político aqui, é como se fosse dito que essa administração também é nova, é um novo processo, uma nova administração. É como se o novo tempo fosse capaz de mudar o velho tempo. Se observarmos os deslizamentos, temos que a nova administração resgata a história, mas para fazer tudo novo.

Figura 22 - Divulgação do Carnaval Cultural de Tiradentes.



Fonte: Prefeitura Municipal de Tiradentes

Resgatar o carnaval cultural, conforme destacado na figura 22 apresentada acima, apresentar um Plano de Inventário, e “investir” em um público familiar para as festas na cidade produzem esse efeito de resgate. A cidade era composta por famílias, veio o não nativo, trouxe o progresso, mas também trouxe outros povos. Hoje, o carnaval, os feriados, trazem “dinheiro” para a cidade, mas trazem pichação, depredação dos “bens”. Diante disso, é preciso resgatar a história, construindo um novo tempo, em que há um poder administrativo que participa desse “controle” patrimonial, cultural, tradicional.

Pablo – *Eu vi na hora que eu cheguei aqui para fazer esta entrevista, eu vi um folder que vocês estão divulgando com todos os eventos, ao longo do ano, a prefeitura junto com vocês, tem o cuidado de evitar, ter muitos eventos, por exemplo, seguidos ou tentar manter também, porque a gente sabe que Tiradentes já foi até alvo de algumas reportagens como cidade “Slowmotion.”*

Henrique – *É.*

Pablo – *Acredito por ser uma cidade tranquila, pacata, você já falou isso também e esses eventos a gente sempre sabe que atrai publicidade, atrai algumas pessoas, vocês têm esse cuidado também para que sempre a cidade tenha um tempo para ela respirar para ela...?*

Henrique – *Sim, a gente tem até lei de eventos, tem a lei de eventos de gente, a gente tem conversado muito sobre ela, debatido sobre ela junto ao ministério público, junto aos conselhos e essa lei de eventos ela tem algumas exceções de dias que não podem fazer eventos tipo feriados. Já tem um público nos feriados se chama um evento a mais a cidade não comporta, é, dois eventos ao mesmo tempo a gente não pode e eventos juntos com as festas religiosas a gente evita também.*

Pablo – *Isso é uma lei municipal?*

Henrique – *É, lei municipal.*

Pablo – *Certo! E você acredita que essa lei municipal traz benefícios então para toda a cidade, população?*

Henrique – *Traz sim, traz sim, porque você vai fazer um feriado prolongado, a cidade já vem, já fica lotada. Não dá para você fazer um evento mesmo.*

Pablo – *Tá.*

Henrique – *Alguns feriados até a gente tenta fazer algumas adaptações nesta lei, em alguns casos até dá, mas em outros casos não tem jeito.*

Pablo – *Feriados que são municipais que não têm uma abrangência muito grande acho que dá. O problema é só essa data de 7 de setembro que já é um*

destino ou feriado que dá numa quinta-feira que a tendência é o pessoal emendar...

Henrique – Não tem jeito.

Pablo – ... aí acontece isso. Henrique, eu queria te agradecer pela entrevista, queria solicitar que você continue parceiro nosso durante todo esse processo da tese do doutorado, porque o nosso objetivo é realmente mostrar como que a cidade evoluiu. Resumindo que a gente falou aqui, você falou que era uma cidade que ela teve um “boom”, aí depois teve um esquecimento e hoje nós podemos perceber que ela está em um período, eu vou comparar tão alto quanto no ciclo do ouro, mas hoje todo mundo conhece Tiradentes e é importante a gente saber que o poder público tem essa preocupação em também trabalhar Tiradentes, não só para os turistas, mas para a população que aqui vive de uma forma que pode equalizar isso. Então que queria só pedir que você deixasse um comentário final, se você achou que não foi abordado alguma coisa que você possa fazer neste momento e você falar se você acha importante pesquisas como essa ou não para a divulgação também da cidade?

Henrique – Olha eu fico satisfeito em poder ajudar **quanto pessoa e quanto membro do poder executivo do município**, a gente **falar das políticas públicas, desenvolvê-las, as políticas pro turismo**. Eu fico muito satisfeito mesmo em ajudar e quero continuar parceiro, tudo que precisar até o que a gente falou sobre os arquivos lá, vou procurar saber vou pesquisar os arquivos e quero ser parceiro mesmo dessa pesquisa e torço para que dê tudo certo e que seja um sucesso e que...

Pablo – Beleza Henrique! Então vou te agradecer aqui e a gente volta a se encontrar em algum outro momento, um abraço.

Os termos em destaque no recorte acima fecham a entrevista de uma maneira a considerar o que foi feito durante todo o percurso de análise. A princípio, o entrevistado afirma que ajudou tanto enquanto pessoa como enquanto membro do poder executivo do município. Como vimos, porém, discursivamente, entendemos que as diferentes articulações, falas, posicionamentos que atravessaram a entrevista desse sujeito são um tecido de já ditos que o inscrevem em um corpo social e em discursividades postas em circulação - ora ele fala como pessoa, ora como representante do executivo. Isso é, para nós, a inscrição em papéis sociais que jogam com o imaginário e transitam entre a memória daquilo que se diz como se fosse inédito, mas que, na verdade, rememora outros ditos. A memorização é uma prática determinada socialmente, feita por sujeitos constituídos ideologicamente e determinados pela história.

Ao observar o encadeamento das falas, percebemos uma prática discursiva, determinada também pela prática social. É um processo de determinação do sujeito que envolve o discurso político, econômico, administrativo, publicitário. E tudo isso é marcado pela opacidade da língua, pelas suas falhas e equívocos, resultado da mediação entre a memória e o esquecimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Consoante ao término desta pesquisa, recebi uma matéria cujo título é o seguinte: “A cidade mais bonita do Brasil é Tiradentes, afirma revista”.³ Como a matéria é bem pequena, resolvi transcrevê-la aqui como forma de iniciar as considerações finais deste estudo. Vejamos:

A revista Norte-americana Departures, especializada em luxo, turismo e estilo de vida, aponta a **cidade histórica de Tiradentes** como a mais bonita do Brasil. Esse reconhecimento coloca de vez Tiradentes na rota do turismo internacional.

A cidade de Tiradentes está a 200 km de Belo Horizonte e sempre atraiu visitantes, pelo seu charme, **arquitetura barroco início do século XVIII intocável e muito bem preservada e sua rica história**, de grande importância para Minas e o Brasil.

A cidade conta com diversas opções de passeios, além de uma excelente gastronomia, boas hospedagens e muitas **atividades culturais** ao longo do ano.

A matéria da revista americana chamou a atenção da Empresa Brasileira de Turismo - Embratur. Segundo a presidente da empresa, Teté Bezerra "A história do Brasil é rica, abrangente e repleta de diversidade. A cultura é uma das principais marcas de identificação do país no mundo, como apontam diversas pesquisas realizadas no exterior pela Embratur. Esse registro do veículo norte-americano é uma grande oportunidade para apresentar ao mundo uma série de **produtos turísticos** para além do Brasil 'Sol e Praia'. A presidente ainda destacou: " Nós, da Embratur, entendemos a importância e valorizamos **o segmento turístico cultural na diversificação da oferta brasileira no mercado internacional**". (fotografias da matéria de autoria de César Reis).

Duas situações marcaram a leitura dessa matéria: a primeira porque além de remeter à minha pesquisa, os termos em destaque no recorte são um “condensado” que se assemelham ao título deste estudo: TURISMO, CONSUMO E MEMÓRIA: UMA ANÁLISE DO DISCURSO DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA NA CIDADE TURÍSTICA E HISTÓRICA DE TIRADENTES/MG. Segundo, porque me fez considerar o peso dos sentidos produzidos a partir de uma posição de governo: procurei mostrar no decurso deste trabalho algumas relações entre o discurso midiático e sobretudo publicitário e um discurso de governo.

Quando propus, no início, um olhar científico sobre o discurso turístico sobre a cidade de Tiradentes, jamais pensei por quais caminhos percorreria.

³A matéria foi visualizada em uma rede social e está disponível em: <https://www.conhecaminas.com/2019/02/tiradentes-e-cidade-mais-bonita-do.html?m=0>. Acesso em: 18 de junho de 2019.

Na introdução desta pesquisa, escrevi o seguinte: *Essa prática (de “patrimonialização”) é uma forma política de relação com a história, com a memória de modo geral, e tem sido inclusive levada aos diversos continentes por organizações internacionais, como a Unesco, tornando-se uma política global.* Nessa releitura do recorte me perguntei: essa prática foi tão impactante que fez de Tiradentes a cidade mais bonita do Brasil? Mas, no instante seguinte, o analista de discurso entrou em ação, e o que me veio foi: como o discurso tem poder...

Quando no primeiro capítulo fiz uma contextualização da cidade de Tiradentes, apontando o turismo e a sociedade sob a ótica das relações de consumo e das relações entre os sujeitos, tendo como ponto de partida uma cidade posta pelo poder público/administrativo como produto ao turista, confesso que a minha visão sobre a cidade ainda era bem “romântica”. Foram as análises que me permitiram observar a verdadeira relação de consumo entre aquilo que o poder administrativo estabelece e como isso é posto em circulação pela/na publicidade. Dito de outra forma, como a cidade é vendida para consumo turístico e pode ser equiparada a um produto comercializável.

Os aspectos característicos locais do Município apresentados no segundo capítulo foram um ponto importante para compreender essa atualidade, marcada pelo consumo. Mais tarde, também nas análises, pude confrontar essa realidade quando a importância da “preservação” histórica foi posta em movimento pelo interdiscurso.

Dito isso, necessário se faz retomar a problemática que motivou tudo que foi feito até aqui: Como o discurso administrativo na cidade de Tiradentes afilia-se a memória discursiva do turismo? Importante ressaltar que patrimonialização, nessa conjuntura, está posta como efeito de um discurso turístico.

Confesso que ver o sujeito turista como consumidor foi uma forma de ressignificar o turismo e ver outros efeitos de sentido nas práticas culturais que movimentam as cidades turísticas. O discurso administrativo/publicitário coloca em circulação a imagem de cidade que se deseja. Por outro lado, impactos são gerados e estes também precisam ser “administrados”. No caso de Tiradentes, esses impactos (limitações de ambientes, excesso de pessoas, deprecação do patrimônio cultural) também são administrados pelos dizeres

postos na publicidade – “Carnaval cultural”; “partiu preservar nossos bens”; “brincar vale, pichar não”.

Outro ponto de profunda descoberta foi a relação estabelecida entre o nativo e o não nativo. Como foi visto, no passado, houve, em Tiradentes, um processo de relações que se deu entre dois grupos: o nativo e o não nativo. Assim, o que foi possível observar é que uma das relações estabelecidas entre esses sujeitos foi a de consumo. Além disso, quando o não nativo se dispõe a comprar o casario, há um silenciamento do nativo que, sem recursos financeiros para manter as estruturas, vende o patrimônio e se afasta. Por outro lado, isso é visto pela administração como uma questão muito positiva, uma vez que a partir dessas atitudes, a cidade foi vista/reconhecida e se tornou atração turística. Em outras palavras, essa relação estabelecida entre os sujeitos, para a administração, foi uma estratégia fundamental para que se estabelecesse as formas de relação política, social, cultural, econômica, administrativa e publicitária de Tiradentes. Tudo isso movimenta a publicidade local e nos remete à constituição, formulação e circulação em que os sentidos são postos.

A análise dos discursos postos, tanto no plano diretor como na entrevista e em algumas peças publicitárias, permitiu observar o papel da memória, principalmente quando o “tradicional” é posto como ponto fundamental na constituição, formulação e circulação de sentidos que remetem à exploração do ouro, às lutas registradas na região, ao não nativo no papel de impulsionador econômico e progressista da cidade. Esse discurso capitalista, segundo o que foi visto a partir das análises, usou da patrimonialização para “vender a cidade”.

Assim, há uma busca constante pelo tradicional e uma memorização do passado como “salvador” da atualidade. Apesar de em vários momentos o discurso administrativo colocar em circulação o efeito de que a patrimonialização está relacionada à preservação do patrimônio cultural, o equívoco vem à tona e remete ao discurso de crescimento/desenvolvimento. Isso ocorre todas as vezes que circulam os ditos e não ditos de todo ganho econômico que ocorreu na cidade a partir do turismo. Por exemplo, a criação do hotel que atraiu turistas no passado foi um ganho econômico, mas isso não é dito em campanhas publicitárias. Consequentemente, há um discurso de que o

desenvolvimento atual é resultado não só da preservação do patrimônio cultural, mas da venda estanque e comercializável da cidade vista como produto desde que o não nativo assumiu o casario.

Diante disso, reconhece-se que este movimento que estimulou o turismo com fins econômicos também trouxe gestos, públicos e cidadão, que auxiliaram na patrimonialização da cultura e arquitetura local, pois logo se percebeu que esta preservação contribuiria expressivamente para a divulgação da cidade de Tiradentes. Em outras palavras, o discurso capitalista foi posto em circulação por meio do turismo, este constituído como uma necessidade criada para auxiliar no desenvolvimento econômico, que gerou iniciativas pública e privadas para preservar, conservar e divulgar a cidade de Tiradentes. Ainda, tal discurso criou uma referência desta como região turística, de cunho histórico, que se destaca em pleno século XXI no Brasil, inclusive, repercutindo em sentidos como os da matéria posta no início destas considerações finais – Tiradentes considerada a cidade mais bonita do Brasil.

Mas, frente ao crescimento e desenvolvimento contemporâneo, o resultado não foi só o da preservação. A partir das análises feitas, foi possível compreender que o discurso turístico, sob a instância administrativa, é marcado também pela venda da memória enquanto produto estanque e comercializável que tem, de um lado, o administrativo e, do outro, os sujeitos, sejam estes moradores atuais (não nativos) ou nascidos em Tiradentes, os tiradentinos (nativos).

Assim, entende-se como relevante a continuidade do estudo no que diz respeito à análise do discurso sobre o turismo na cidade de Tiradentes que visem à articulação de órgãos representativos do segmento e interesse da comunidade local (cidadãos). E acredita-se que, para dar base e estimular este tipo de ação, pesquisas que agrupem os segmentos e que discutam a patrimonialização são de representatividade regional para proposição de novas estratégias de atuação do segmento.

Além disso, não foram identificadas, durante as análises, preocupações que dispusessem de ações voltadas para atender ao segmento denominado pela Política Nacional do Turismo, Lei n. 11, de 17 de setembro de 2008, segmentos especiais como planos de incentivos para idosos e pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida. Assim, entende-se que

estudos na área podem ser ampliados de forma a fornecer elementos para tomada de decisão estratégica nessa área, enaltecendo ainda mais a exploração do turismo de Tiradentes por uma publicidade que considere, também, elementos sociais.

Considera-se, assim, que se chegou ao final de um percurso proposto pela problemática de estudo a partir de uma questão precisa “Como o discurso administrativo na cidade de Tiradentes afilia-se a memória discursiva do turismo?”, mas sob um olhar regido pela Análise de Discurso que não se limita a certezas, mas abre espaços para imposições, repetições e continuações de estudo.

Além disso, o que se observa são discursividades reproduzindo e reforçando um legitimado. Dessa forma, as análises permitiram identificar a inscrição dos sujeitos naquilo que se apresenta como historicamente repetível, rememorado entre ditos e não ditos.

Assim, reconhecemos que, embora as análises apontem para efeitos de sentidos que giram em torno do crescimento acelerado e do desenvolvimento atual, tais efeitos são também resultado não só da preservação do patrimônio cultural, mas da venda da memória como produto estanque e comercializável que tem, de um lado, as instâncias em torno da Prefeitura (o poder/discurso administrativo), e, de outro, os sujeitos, em suas várias representações, marcados pela história, pela memória e interpelados pela ideologia.

REFERÊNCIAS

ALBANO, C. O sentido da interpretação das cidades do ouro: São João Del Rei e Tiradentes. In: MURTA, S. M.; ALBANO, C. (org.) **Interpretar o patrimônio**: um exercício do olhar. Minas Gerais: UFMG, 2005.

ALLIS, T. Viajantes, visitantes, turistas... em busca de conceitos em um mundo urbano. **Caderno Virtual de Turismo**. Edição especial: Hospitalidade e políticas públicas em turismo. Rio de Janeiro, v. 14, p. 23-38, nov. 2014. Disponível em: <https://www.redalyc.org/html/1154/115437784003/>. Acesso em: 22 abr. 2019.

ANDRADE; B. S. de; PEREIRA, A. O. K. Sociedade de consumo e sua relação com o tempo e o espaço. **XIX Encontro de jovens pesquisadores**. Caxias do Sul, 2011. Disponível em: https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/Resumo_Bernardo_Sachet_de_Andrade.pdf. Acesso em: 23 maio 2019.

BARBOSA, F. F. O turismo como um fator de desenvolvimento local e/ou regional. **Caminhos de geografia**. V. 14, n. 14, p. 107-114, 2005. Disponível em: www.ig.ufu.br/caminhos_de_geografia.html. Acesso em: 27 abr. 2019.

BARROS, T.H.B. **Uma trajetória da arquivística a partir da análise do discurso**: inflexões histórico-conceituais. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2015. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/138613/ISBN9788579836619.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 29 nov. 2018.

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Carlos Alberto Medeiros (trad.). Rio de Janeiro: Jorfe Zahar, 2008.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC/SP, 1998.

BH – Belo Horizonte Surpreendente. **São João del-Rei**. 2018. Disponível em: <http://www.belo Horizonte.mg.gov.br/atrativos/turismo/roteiros/arredores/sao-joao-del-rei-terra-que-Conta-historia-de-minas-gerais>. Acesso em: 28 abr. 2019.

BOLSON, J. G.; FERREIRA, M. A. T. Os impactos do turismo em Tiradentes: uma análise da percepção do setor público local. In. **IV SeminTUR** – Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, Caxias do Sul, RS, 7 e 8 jul. 2006. Disponível em: https://www.ucs.br/ucs/tplSemMenus/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/arquivos_4_seminario/GT11-C2. Acesso em: 23 nov. 2018.

BOURDIEU, P. Prefácio. um analista do inconsciente. Trad. Cristina Murachco. In: SAYAD, A. **A imigração**. São Paulo: Edusp, 1998, p. 9-12.

BRASIL. **Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm Acesso em: 08 nov. 2018.

BRASIL. **Deliberação normativa 01/2005 de 17 de outubro de 2005.** Disponível em: <http://www.siam.mg.gov.br/sla/download.pdf?idNorma=8151>. Acesso em: 22 nov. 2018.

BRASIL. **Lei n. 11.771, de 17 de setembro de 2008.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm. Acesso em: 18 nov. 2018.

CAMPOS, H. R. **Transformações urbanas recentes em Tiradentes – MG:** anos 80 e 90 do século XX. Dissertação (mestrado) - Universidade de São Paulo. Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana, 2006. Disponível em: http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-20062007-142128/publico/TESE_HELICIO_RIBEIRO_CAMPOS.pdf. Acesso em: 23 abr. 2019.

CAMURÇA, M. A.; GIOVANNINI JR., O. Religião, patrimônio histórico e turismo na semana santa em Tiradentes (MG). **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 9, n. 20, p. 225-247, out. 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ha/v9n20/v9n20a11.pdf>. Acesso em: 22 maio 2019.

CARLOS, A. F. A. **Novos caminhos da geografia.** São Paulo: Contexto, 2001.

CARROZZA, G. Mercado e papel da memória nas relações de consumo. In: ORLANDI, E. P (org). **Instituição, relatos e lendas:** narrativa e individualização dos sujeitos. Pouso Alegre: RG Editores, 2016.

CARROZZA, G.; ALVARENGA, C. C. Consumo, espaço e identificação: o sujeito rolêzeiro na rede de sentidos. **Revista Rua**, v. 2, n. 22, nov. 2016, p. 397-406. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rua/article/view/8647941>. Acesso em: 30 abr. 2019.

CARVALHO, K. D.; SIMÕES, M. L. N. Turismo e patrimônio cultural sob o olhar do sujeito-morador: uma leitura do bairro da Praia Grande, São Luís, Maranhão (Brasil). **Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 4, n.1, p. 12-31, abril de 2011. Disponível em: http://www.uesc.br/icer/artigos/tica_karol3. Acesso em: 05 fev. 2019.

CAVALLARI, J.S.. O equívoco no discurso da inclusão: o funcionamento do conceito de diferença no depoimento de agentes educacionais. **RBLA**, Belo Horizonte, v. 10, n. 3, p. 667-680, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbla/v10n3/a09v10n3>. Acesso em: 21 jun. 2019.

CISNE, R.N.C. **Roteiro turístico, tradição e superação:** tempo, espaço, sujeito e (geo)tecnologia como categorias de análise. Dissertação (Mestrado) -

Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Turismo, 2010. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/599/Dissertacao%20Rebecca%20de%20Nazareth%20Costa%20Cisne.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em: 05 fev. 2019

CISNE, R.; GASTAL, S. O sujeito turístico: discutindo a categoria turismo a partir da pós-modernidade. In. **VII Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo**. 20 e 21 de setembro de 2010a – Universidade Anhembi Morumbi – UAM/ São Paulo/SP. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/7/115>. Acesso em: 05 fev. 2019.

CISNE, R.; GASTAL, S. Turismo e sua história: discutindo periodizações. VI **Seminário de pesquisa em turismo do Mercosul**. Universidade de Caxias do Sul (UCS), 09-10 jul. 2010b. Disponível em: https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_6/arquivos/09/Turismo%20e%20sua%20historia.pdf Acesso em: 22 abr. 2019.

CONEP. **Deliberação Normativa**. Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais, 2017. Disponível em: <http://www.iepha.mg.gov.br/> Acesso em: 13 jan.2019.

COOPER, C. et al. **Turismo**: princípios e práticas. São Paulo: Bookman, 2008. Disponível em: encurtador.com.br/ptP14 Acesso em: 25 jul. 2019.

COSTA, E.B. O comércio e o consumo turísticos nas/das cidades históricas coloniais mineiras: os casos de Tiradentes e São João Del Rei. In. **III Colóquio [inter]nacional sobre o comércio e cidade**: uma relação de origem. 8 a 10 de setembro de 2010. Disponível em: http://www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2015/05/3_cincci/001-everaldocosta_cidadeshistoricas_cincci2010. Acesso em: 23 nov. 2018.

COSTA, Everaldo; OLIVEIRA, Bernadete C. Política de Patrimônio e Usos Estabelecidos: o caso de Tiradentes, uma cidade setecentista mineira. *Estudos Geográficos*, Rio Claro, 5(2) 113-130, 2007.

DIAS, C. Linhas, redes e filamentos: no fio do discurso da cidade. **Revista Rua**. Ed. Cidade conectada, out., 2016, p. 259-277. Disponível em: https://www.labeurb.unicamp.br/rua/web/rua2/PDF/Revistas/6/revistaRua_6_62.pdf Acesso em 30 abr. 2019.

FEDATTO, C. P. **Um saber nas ruas**: o discurso histórico sobre a cidade brasileira. Tese (doutorado). Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Estudos da Linguagem. 2011. Disponível em: <http://pct.capes.gov.br/teses/2011/33003017030P2/TES.PDF>. Acesso em: 24 abr. 2019.

FERREIRA, M. C. L. O caráter singular da língua na análise de discurso. **Rev. Organon**, v. 17, n. 35, p. 189-201, 2003. Disponível em:

<http://seer.ufrgs.br/index.php/organon/article/view/30023/18619>. Acesso em: 09 nov. 2018.

FOCAS, J. Discurso e sentido na Inconfidência Mineira. **Conexão Letras**. v. 2, n. 2, 2006. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/conexaoletras/article/view/55650>. Acesso em: 27 abr. 2019.

FONSECA, T. N. de L. A inconfidência mineira e Tiradentes vistos pela imprensa: a vitalização dos mitos (1930-1960). **Revista Brasileira de História**. V. 22, n. 44, São Paulo, 2002. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-01882002000200009&script=sci_arttext Acesso em 27 abr. 2019.

FRATUCI, A. C. Turismo contemporâneo e capital: reflexões sobre suas relações dialéticas e dialógicas. **IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM**, 27-28 ago., 2007. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/4/183.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2019.

GADET, F.; HAK, T. (org.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução a obra de Michel Pêcheus. 3ª ed. São Paulo: Unicamp, 1997.

GASPARINI, E. N. Análise do discurso e leitura. **Raído**, Dourados, v. 9, n. 19, p. 11-21, dez. 2015. ISSN 1984-4018. Disponível em: <http://ojs.ufgd.edu.br/index.php/Raido/article/view/4657/2432>. Acesso em: 19 jun. 2019.

GRAÇA FILHO; A. de A.; PINTO, F. C. V.; MALAQUIAS, C. O. Famílias escravas em Minas Gerais nos inventários e registros de casamentos. **Varia História**, v. 23, n. 37, p. 184-207, jan./jun., 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/vh/v23n37/v23n37a11.pdf> Acesso em: 26 abr. 2019.

GUIA DEL REI. **História de São João do Del-Rei**. Disponível em: <http://www.guiadelrei.com.br/historia-sao-joao-del-rei/>. Acesso em: 21 nov. 2018.

GUIMARÃES, Valeria. O turismo brasileiro nas páginas dos jornais paulistanos Folha da Manhã e Folha da Noite (1930-1945). In: CASTRO, Celso, GUIMARÃES, Valeria e MONTENEGRO, Aline. História do turismo no Brasil. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013.

IEPHA/MG. Projeto ideias — Investigations into Devices against Environmental Attack on Stones. Relatório técnico. Belo Horizonte, 2004.

HORODYSKI, G.S. **O consumo na experiência turística: o caso dos souvenirs no destino Curitiba-PR**. Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências da Terra, Programa de Pós-Graduação em Geografia, 2014. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/35864/R%20-%20T%20>

%20GRAZIELA%20SCALISE%20HORODYSKI.pdf?sequence=1. Acesso em: 23 nov. 2018.

HOUAISS. **Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

IBGE – **Tiradentes Minas Gerais**: monografia n. 423, ano 1962. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/tiradentes/historico>. Acesso em: 25 abr. 2019.

IPHAN. **Tiradentes (MG)**. 2019. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/377>. Acesso em: 27 fev. 2019.

JORGE, M. S.; BRASIL, M. B.; FERREIRA, V. H. do A. a sociedade de consumo virtual: a regulamentação do comércio eletrônico. **I Congresso internacional de direito e contemporaneidade**, maio/jun., Santa Maria/RS, 2012. Disponível em: http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/a_sociedade_de_consumo_virtual.pdf Acesso em: 22 maio 2019.

KOTLER, p., HARDER, D.H; REIN, I. **Marketing places: attracting investment, industry and tourism to cities, states and nations**. Nova York: The Free Press, 1993.

LEITE, R. P. S. **Espaço Público e Política dos Lugares**: usos do Patrimônio Cultural na reinvenção contemporânea do Recife Antigo. Tese (doutorado). UNICAMP - IFCH, 2001.

MARTINS, A.F.S. **A Proteção do Consumidor Superendividado e o Princípio da Dignidade da Pessoa Humana no Ordenamento Jurídico Brasileiro**. 2014. Dissertação – (Mestrado em Direito), Universidade de Marília, São Paulo. 2014. Disponível em: goo.gl/aD5cCK. Acesso em: 08 nov. 2018.

MARTINS, C. **Identidade**: percepção e contexto. In: MARTINS, Clerton. Turismo, Cultura e Identidade. São Paulo, Roca, 2003.

MASSMANN, D.; FLORIANO, M. **História, memória e silêncio em Delfin Moreira**. In: ORLANDI, E.P (org). Instituição, relatos e lendas: narrativa e individualização dos sujeitos. Pouso Alegre: Univás, 2016.

MILETO, E. **São João Del-Rei**: diagnóstico urbano e parâmetros propositivos para intervenções no centro histórico. Belo Horizonte: Mileto engenharia e equipe, 2009. Disponível em: https://saojoaodelreitransparente.com.br/files/docs/Plano_Urbano_de_S%C3%A3o_Jo%C3%A3o_del-Rei.pdf Acesso em: 20 maio 2019.

MOLINA, S.; RODRIGUEZ, S. (2006). **Planejamento Integral do Turismo**: um enfoque para a América Latina. Bauru: Edusc.

MOREIRA, M. G.; TADIOTO, M. V.; CAMPOS, L. J. de. Análise de discurso e turismo: deslocamentos possíveis. 4º Encontro Rede Sul de Letras. 2016. Disponível em: <http://linguagem.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/eventos/sulletras/PDF/Maicon-Moreira.pdf>. Acesso em: 23 abril 2019.

MOTA, K. C. N. **Marketing Turístico**: promovendo uma atividade Sazonal. São Paulo: Atlas, 2001.

MOTTA, P. R. de M. O estado da arte da gestão pública. **RAE**. São Paulo, v. 53, n. 1, jan./fev. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v53n1/v53n1a08.pdf> Acesso em: 24 jul. 2019.

NEVES, R. História e turismo: a “mercadorização” do “patrimônio histórico” e a elitização da área central de Tiradentes, Minas Gerais (1980-2012). Dissertação (mestrado). Universidade Federal de São João Del – Rei. Departamento de Ciências Sociais, Política e Jurídicas. 2013.

OMT – **Organização Mundial do Turismo**. Tendências do Turismo Internacional, OMT, Madrid, 2019

ORLANDI, E. P. **Interpretação**: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Petrópolis: Vozes, 1996.

ORLANDI, E. P. **Discurso e leitura**. 5 ed. Campinas: Cortez Editora, 2000.

ORLANDI, E. **Língua e conhecimento linguístico**: para uma História das Ideias no Brasil. São Paulo: Cortez Editora, 2002.

ORLANDI, E. P. **Cidade dos Sentidos**. Campinas-SP: Pontes, 2004.

ORLANDI, E. P. **Discurso e texto**: formulação e circulação dos sentidos. 2. ed. Campinas: Pontes, 2005.

ORLANDI, E. P. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009.

ORLANDI, Eni. A contrapelo: incursão teórica na tecnologia - discurso eletrônico, escola, cidade. RUA [online]. 2010, no. 16. Volume 2

ORLANDI, E. P. Era uma vez corpos e lenda: versões, transformações, memória. In: ORLANDI, E.P (org). **Instituição, relatos e lendas**: narratividade e individuação dos sujeitos. Pouso Alegre: Univás; Campinas: RG Editores, 2016.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas: Pontes, 1988.

PÊCHEUX, M. Ler o arquivo hoje [1982]. In: ORLANDI, E. et al (org.). **Gestos de Leitura**: da história no discurso. 3. ed. SP: Campinas, Editora da Única, 1994. p. 55-66.

PÊCHEUX, M. Papel da Memória. IN: Papel da Memória. Pierre Achard et al. Tradução: José Horta Nunes. 1ª edição. Campinas, SP: Pontes, 1999, p.49-50.

PELLEGRINI, A. F. **Turismo cultural em Tiradentes**: estudo de metodologia aplicada. São Paulo: Manole, 2000.

PINTO, J. P. Identidade de Gonçalves, produção e deslocamento. Dissertação (Mestrado em Ciências da Linguagem), Universidade do vale do Sapucaí - UNIVÁS, Pouso Alegre. 2014.

PNUD. **Relatório de Desenvolvimento Humano – Brasil 2018**. Disponível em:

<<http://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/library/idh/relatorios-de-desenvolvimento-humano/relatorio-do-desenvolvimento-humano-2018.html>>
Acesso em: 03 abr. 2019.

PLANO DE INVENTÁRIO. **Portal da Prefeitura Municipal de Tiradentes**: transparência pública. 2017. Disponível em: <http://www.tiradentes.mg.gov.br/pagina/7785/Patrim%C3%B4nio%20Cultural>
Acesso em: 27 nov. 2018.

PEREIRA, G. M. **As campanhas publicitárias de vestibular e a materialidade do discurso neoliberal do/no ensino superior privado**. 2018. Tese – (Doutorado em Ciências da Linguagem), Universidade do Vale do Sapucaí, Pouso Alegre, Minas Gerais. 2018.

RESENDE, O. L. Vista Cansada. **Folha de São Paulo**, 23 de fevereiro de 1992. Disponível em: <http://contobrasileiro.com.br/vista-cansada-cronica-de-otto-lara-resende/>. Acesso em: 03 fev. 2019.

RETONDAR, A. A (re)construção do indivíduo: a sociedade de consumo como contexto social de produção de subjetividades. **Sociedade e Estado**, Brasília, p.137-160, 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/se/v23n1/a06v23n1.pdf>. Acesso em: 08 nov. 2018.

RODRIGUES, A. B. **Turismo e Espaço**. Rumo a um conhecimento transdisciplinar. São Paulo: Editora HUCITEC, 1977

ROMEIRO, A. **Guerra dos emboabas**: balanço histórico. 2009. Disponível em: http://www.siaapm.cultura.mg.gov.br/acervo/rapm_pdf/ensaio01_2009.pdf
Acesso em: 25 abr. 2019.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. **Metodologia de pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SANT'ANNA, A. de S.; NELSON, R. E.; OLIVEIRA, F. B. de. Empreendedorismo e o desenvolvimento do turismo na cidade de Tiradentes. **Observatório de Inovação do Turismo - Revista acadêmica**. V. 6, n. 1, Rio de Janeiro, mar., 2011. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/viewFile/5787/4499>. Acesso em: 30 abr. 2019.

SCARMANHÃ, B. O. S. G. et al. comércio eletrônico e o direito fundamental de defesa do consumidor. **Revista Jurídica Luso Brasileira - RJLB**, v. 4, n. 2, p. 243-264, 2018. Disponível em: goo.gl/13VnxV. Acesso em: 08 nov. 2018.

SETUR-MG - Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais. Turismo de negócios e Eventos. Belo Horizonte: Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais, 2017. Disponível em: <http://www.turismo.mg.gov.br/images/stories/2017/manual-tne-versao-final.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2019.

Silva, M. da G. L. **Cidades turísticas**: Identidades a cenários de lazer. São Paulo: Aleph, 2004.

SILVA, M. P. da. Sociedade de consumo. **Horizonte antropologia**, v. 13, n. 28, Porto Alegre, jul./dez., 2007. Disponível em: Acesso em: 23 maio 2019.

SILVA, T. D. da. O ambiente e o turista: uma abordagem discursiva. **Revista Científica Ciência em Curso**, Palhoça, SC, v. 3, n. 1, p. 21-27, jan./jun., 2014a.

silva

SILVA, L. C. G. da. **O mito Tiradentes**: discursos monarquistas e republicanos. 2014b. Disponível em: [http://www.congressohistoriajatai.org/anais2014/Link%20\(160\).pdf](http://www.congressohistoriajatai.org/anais2014/Link%20(160).pdf) Acesso em: 25 abr. 2019.

SOARES, G. M. Os impactos do turismo em cidades históricas: estudo de caso Tiradentes MG. **Seminário de pesquisa em turismo do mercosul**, 7 e 8 jun., 2006. Disponível em: https://www.ucs.br/ucs/tplSemMenus/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/arquivos_4_seminario/GT04-4.pdf. Acesso em: 22 abr. 2019.

TAVARES, F. **O Discurso Publicitário**: Uma Análise Crítica. Portal do Marketing, 2008. Disponível em: http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos2/Discurso_publicitario_uma_analise_critica.htm Acesso em: 09 maio 2019.

TIRADENTES. **Jornal de Tiradentes**. Tiradentes: Edição nº 26. 1999.

APÊNDICE 1 – Roteiro de entrevista realizada no setor público

Roteiro de entrevista – Prefeitura de Tiradentes

Prezado Sr. Henrique (Superendente de Cultura e Turismo),

Meu nome é Pablo Luiz Martins, sou pesquisador do programa de Ciências da Linguagem da Universidade Vale do Sapucaí e professor da Universidade Federal de São João Del Rei – UFSJ onde estou desenvolvendo uma tese de doutorado, orientada pela Professora Dra. Telma Domingues da Silva com o objetivo de analisar o discurso turístico de órgãos públicos na história cultural da cidade de Tiradentes. Nesse sentido, tenho algumas questões breves para orientar nossa conversa, tudo bem?

Data: 06/08/2018

Local: Secretaria de Turismo - Praça

Horário: 14 h

Atividade: entrevista superintendente

Tempo de atuação na prefeitura: _____ anos

Tempo na Secretaria de turismo: _____ anos

1. A cidade foi fundada 1860, mas foi por volta de 1980, aproximadamente 80 anos após, que ela começou apresentar um crescimento populacional. O que você considera que impactou neste crescimento?
2. Em 1938 teve o tombamento do conjunto arquitetônico da cidade? O que você considera que influenciou está tomada de decisão?
3. Para você o ciclo de ouro, um marco da cidade, influenciou positivamente ou não na divulgação da cidade?

4. Para você, enquanto superintendente de turismo, o crescimento da cidade foi marcado a partir de qual período?

5. Este crescimento percebido diz respeito ao acréscimo populacional, econômico, turismo?

6. E a publicidade de que forma ela contribuiu com o populacional, econômico, turístico no decorrer dos anos?

7. Que tipo de publicidade, para você, marca a evolução deste processo de desenvolvimento da cidade?

8. E quem é o responsável hoje por fazer esta publicidade?

8.1 E como ela é direcionada:

- turismo:

- população:

- nacional ou mundial - qual intenção.

9. Que mídia é priorizada para fazer esta comunicação (turismo.net)?

10. Para finalizar quais impactos percebidos - positivos ou não - para o turismo local?