

A IMAGEM FOTOGRÁFICA COMO RECURSO DE VALORIZAÇÃO CULTURAL E SEU USO PELO TURISMO EM PONTA GROSSA – PR

THE PHOTOGRAPHIC IMAGE AS A RESOURCE FOR CULTURAL AND THEIR USE BY THE TOURISM IN PONTA GROSSA-PR

Márcia Maria Dropa¹

Carlos Alberto Maio²

Maria Augusta Pereira Jorge³

Resumo

A imagem cristalizada na memória é o primeiro referencial que uma pessoa tem de uma paisagem, seja ela natural ou histórica, ou ainda, de realidades diferenciadas. É comum afirmar que a imagem é um importante instrumento para o processo de divulgação de um empreendimento turístico. Sendo assim, o objetivo do presente trabalho é apresentar os resultados do projeto intitulado Fotografe sua Cidade, desenvolvido em Ponta Grossa com o intuito de revelar as imagens que a população tem do local onde reside. A partir da análise das imagens apresentadas por meio de um concurso, pode-se avaliar quais os locais que fazem parte da memória da população e, portanto, possuem significados especiais. O principal resultado deste trabalho é apresentação e discussão dos cenários turísticos a partir de olhares não profissionais de um determinado espaço, pois a imagem turística de uma cidade necessita ser valorizada pela própria população para a consolidar-se como produto turístico.

Palavras Chaves: Imagem; Memória e Turismo.

¹ Professora do Departamento de Turismo – UEPG – Mestre em História e Sociedade – UNESP – Campus de Assis. Membro do Grupo de Pesquisa CNPq – Turismo Regional: Planejamento, Organização e Desenvolvimento. Docente das disciplinas: Planejamento e Organização do Turismo e Patrimônio Turístico. marciadropa@terra.com.br

² Professor do Departamento de Turismo – UEPG – Mestre em História e Sociedade – UNESP – Campus de Assis. Membro do Grupo de Pesquisa CNPq – Turismo Regional: Planejamento, Organização e Desenvolvimento. Docente das disciplinas de Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo, Ética Profissional e Turismo em Áreas Naturais. maiocarlos@yahoo.com.br

³ Professora do Departamento de Turismo – UEPG – Mestre em Turismo e Hotelaria – UNIVALI. Membro do Grupo de Pesquisa CNPq – Turismo Regional: Planejamento, Organização e Desenvolvimento. Docente das disciplinas: Organização de Eventos, Antropologia do Turismo e Patrimônio Turístico II. magupj@gmail.com

ABSTRACT

The image crystallized in memory is the first reference that a person has a landscape, whether natural or historical, or even of different realities. It is common to say that the image is an important instrument for the process of disclosure of a tourist venture. Therefore, the objective of this work is to present the results of the project entitled “*Photograph your City*”, developed in Ponta Grossa in order to reveal the images that people have from where they live. From the analysis of images made through a tender, you can judge what the places that are part of the memory of the population and therefore have special meanings. The main result of this work is to present and discuss the scenarios tour from non-professional eyes of a particular space, because the tourist image of a city needs to be valued by the population to consolidate itself as a tourism product.

Key words: Image - Culture and Tourism

A imagem cristalizada na memória é o primeiro referencial que uma pessoa tem de uma paisagem, seja ela natural ou histórica, ou ainda, de realidades diferenciadas. É comum afirmar que a imagem é um importante instrumento para o processo de divulgação de um empreendimento turístico, mas deve ser entendida, apreciada ou mesmo absorvida pelos moradores de uma localidade pela importância no seu contexto intrínscico, não só como “sua propriedade” mas como elemento incrementador e ou fortalecedor da alta estima da população que deve ser a primeira a valorizar a paisagem , a imagem daquele que é o “seu lugar”.

A imagem pode ser interpretada como um ícone e passar a ter função de signo, ou seja, a ter um expressivo significado como instrumento de comunicação mesmo sem representação verbal ou escrita. É o que se vê, é a manifestação no campo dos sentidos, da percepção do que é belo e despertar o desejo de se conhecer. A frase do cultivador de imagens e cineasta americano Elia Kazan⁴ – “uma imagem vale por mil palavras” exemplifica este pensamento. Garcia da Horta⁵ registrou no século XVI a frase, “não me

⁴ Elia Kazan cineasta greco-americano, 1909/2003

⁵ Garcia da Horta (1501-1568), natural de Castelo de Vide, de ascendência judaica. Professor interino da cadeira de Filosofia Natural, em 1534, da Universidade de Lisboa.

contradigam textos de autores, aquilo que vi com os meus olhos”, outra afirmação que comprova a imagem como signo.

No entendimento de SANTOS (2004) “... psicologicamente a visão é considerada uma sensação, a percepção é definida como significado que atribuímos às informações recebidas pelos sentidos, como sensações. A percepção é trabalhada de maneira mais profunda, no domínio cognitivo, no nível dos significados”.

Ainda hoje a imagem possibilita a formação de padrões facilmente compreensíveis, facilitando a comunicação de uma idéia por meio de um ícone, mas não esquecendo que, segundo BIGNAMI (2002), “a imagem deve ser simples, diferenciada e ter credibilidade”, principalmente no turismo, um mercado no qual a imagem vendida não pode ser dissociada do produto.

KOSSOY (2001) afirma que “uma única imagem contém em si um inventário de informações acerca de determinado momento”, que podem ser entendidas ou percebidas de diferentes formas dependendo do olhar de receptores diferentes. Para algumas pessoas uma imagem pode conter inúmeras informações com intenso apelo visual, já para outras se estabelece apenas uma simples visualização sem despertar maiores interesses. Assim, a produção de imagens para o turismo devem estar aliadas ao poder de convencimento como forma de induzir o comportamento daqueles que são o alvo principal das empresas turísticas: o turista.

Na intenção de realizar uma viagem o turista procura “conhecer” os locais a serem visitados por meio de fotos disponibilizadas pelas agências de viagens, por diversos meios, como a Internet, folheterias do destino, revistas, jornais e, até mesmo fotos tiradas por pessoas que visitaram o local. Assim, o protagonista vai construindo suas representações mentais e elaborando um universo imaginário em relação aos lugares. É que se convencionou dizer que a imagem tem o poder de fazer a pessoa sonhar. Este universo se revela na realização da viagem por meio das suas próprias fotografias, visto que o turista e a máquina fotográfica são considerados elementos indissociáveis. Por meio dos registros fotográficos que se mantém o sentido de “apropriação” do lugar visitado, ou seja: “eu estive lá”.

A grande diversidade de paisagens, em áreas naturais ou no espaço urbano, tornam o turista um grande fazedor de registro de imagens que permanecem no seu imaginário como uma inesgotável fonte de recordações. Neste contexto, se verifica a importância da fotografia para a difusão do turismo, pois, as imagens turísticas de lugares são selecionadas e colecionadas, fenômeno subjetivo que exerce influência significativa para o sucesso e perpetuação das localidades turísticas. (SANTOS: 2004).

A popularização da fotografia se dá a partir da apresentação detalhada de Louis Jacques Mandé Daguerre⁶, de como se obter imagens, na *Académie des Ciências at Paris*, em 1839. Um processo que passou a ser conhecido como Daguerreótipo. A evolução fotográfica foi se configurando com George Eastmann (1884) com o rolo de papel emulsionado e com S.N.Turner (1891), quando introduziu o rolo de filme fotográfico em celulóide. Outros foram tornando o processo mais popular chegando até a atualidade com equipamentos de alta resolução para trabalhos tanto profissionais como amadores, possibilitando a um número cada vez maior de pessoas o registro de imagens fotográficas.

Bit-Monteiro (1998) escreve que:

A fotografia é, em síntese, uma linguagem universal, se m tradução específica, constituída por uma leitura livre, sem normas e formalismos. Ela é intrinsecamente uma cópia virtual, constituída de lapsos de tempos fragmentados em uma realidade ocasional ou dirigida, obtida pelo fotógrafo-autor. Poderíamos dizer que é uma verdade com autoria, onde o autor tenta transmitir seu conceito sobre aquele momento, do instante captado, mas depende do espectador, quanto ao seus limiares de percepção e concepção crítica visual. A fotografia aciona tudo isso. Ela nos reporta a algo que queremos ver ou não, tudo é relativo às intenções do autor e das concepções do espectador. A importância maior reside no fato deste espectador poder "ler" detalhes ou pequenos momentos fracionados fotograficamente, à sua vontade, em condições de livre interpretação, no tempo e espaço que desejar.

⁶ Louis Jacques Mandé Daguerre –1787/1851, França. Talentoso pintor de paisagens e desenhista de cenários para peças de teatro, Daguerre iniciou seus experimentos com a fotografia a partir de “Diorama”, elogiado espetáculo de 1822 que mesclava vistas panorâmicas e efeitos de luzes, começou a pesquisar com o fim de melhorar o mundo da imagem.

Neste contexto se estabelece a relação de quem fotografa com a imagem obtida, já que a fotografia está presente no cotidiano das pessoas sejam turistas ou não. Os turistas fotografam para registrar momentos de suas viagens, tanto para si como para mostrar aos amigos e familiares, de lugares que, na sua ótica, possuem beleza e exercem uma certa fascinação.

Muitas vezes, os moradores das localidades não percebem estes predicados que o “olhar” do turista vai captando e deixam de valorizar as imagens e paisagens porque estas estão sempre à sua disposição, no seu cotidiano. São as paisagens naturalmente intrínsecas nas suas vivências e, por vezes, é necessário uma certa “provocação” para que esta relação se estabeleça de outra forma, ou seja, para que o morador perceba as formas, a arquitetura, o patrimônio, as ruas e avenidas, as árvores, os parques, a paisagem do ambiente natural de sua cidade, da sua região e, portanto, reconheça que o “seu” lugar tem muito a oferecer tanto para si como para os visitantes.

Pode-se aqui destacar um destino turístico que ficou conhecido por suas paisagens que foram imortalizadas por meio de pinturas a óleo realizadas por Vicent van Gogh, pois, sua produção artística fez com que a cidade de Auvers-sur-Oise na França se tornasse conhecida no mundo todo. Atualmente é um destino turístico e, os turistas fazem questão de fotografar as mesmas paisagens retratadas pelo autor, na busca de também registrar o local e poder confirmar que o visitou. Não é uma forma muito comum de imortalização da imagem, mas turisticamente falando este exemplo demonstra o quão importante é a imagem com o imaginário, tanto o signo quanto o significado na prática da atividade turística. Com este pensamento da importância da imagem para o turismo foi que, fomentou-se a necessidade de alguma atividade que levasse o pontagrossense, a vislumbrar sua paisagem local, com o intuito de verificar como era sua visão da cidade, como seria o imaginário de um morador de sua própria localidade, quais eram os locais que mais lhe atribuíam algum significado, ou seja quais seriam as imagens e signos da comunidade.

Sendo assim, este artigo pretende apresentar e analisar um concurso de fotografia e suas repercussões voltadas ao fomento da participação da

comunidade em todo o processo, seja na expressão das imagens escolhidas, bem como o posterior uso das mesmas. O trabalho que ora se apresenta refere-se aos mecanismos de organização e realização do Concurso “Fotografe Ponta Grossa”, que buscou envolver a comunidade acadêmica e a população na sensibilização de uma cultura fotográfica que não se restringiu à participação de fotógrafos profissionais, muito pelo contrário, buscou a todo momento o envolvimento de uma parcela da população que gosta de fotografar não somente a sua cidade, mas também as ações dela na utilização dos espaços públicos.

Os acadêmicos do Curso de Turismo, a partir de uma provocação de organizar o evento anual do Departamento (Semana de Estudos Turísticos), propuseram agregar ao mesmo um Concurso e se envolveram diretamente na sua organização. De uma ação acadêmica o Concurso alcançou conotação maior, com o envolvimento de parceiros que foram fundamentais para o sucesso do empreendimento.

Apresentado o Concurso de Fotografia à Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo e ao Conselho Municipal de Turismo, as parcerias tiveram início. Ampliou-se com a apresentação do mesmo à outras instituições que passaram a compor o processo, entre elas, o SESI – Serviço Social do Comércio e a empresas privadas.

A partir de então, em conjunto, foi elaborado o Regulamento do Concurso que apresentou como objetivo geral incentivar a produção fotográfica de imagens da cidade, com a finalidade de elaboração de um catálogo de acervo e de divulgação de imagens turísticas locais. As fotografias deveriam evidenciar os aspectos das paisagens urbanas e/ou natural do Município de Ponta Grossa. Justificou-se assim uma característica eminente da realização, que pretendia criar um banco de imagens que não se fixasse em lugares consagrados na maioria das imagens já produzidas na cidade, existentes em arquivos do museu, das redações de jornais e revistas ou, então, dos arquivos oficiais do município.

Para tanto o Concurso previa em seu regulamento, duas categorias: a primeira seria livre, para qualquer pessoa que se propusesse a se inscrever, sendo profissional da área ou não; a segunda restringia-se às Escolas Municipais, onde pais de alunos e/ou professores participariam em nome da escola, sendo que a escolha do local ficava a critério do participante, desde que atendesse à regulamentação que previa em sua avaliação os seguintes critérios: Criatividade; Estética; Qualidade fotográfica; e Consonância com o tema do concurso, “*Fotografe Ponta Grossa*”.

Buscou-se assim a diversidade de participação de vários segmentos sociais, sendo que a escolha do local a ser registrado ficou por conta da experiência, interesses e questionamentos da comunidade, seja em relação ao seu patrimônio históricos, representações simbólicas da cidade, do trabalho, da religiosidade, dos espaços de vivência, ou então do patrimônio natural, uma vez que as imagens fotográficas são mecanismos eficientes e criativos na identificação, no re-conhecimento e na re-presentação das peculiaridades locais de uma cultura, ou até como uma das formas de expressão de sua própria existência.

Com a possibilidade do participante inscrever até três fotografias, a preocupação também se evidenciou na boa premiação em espécie sendo ela, dividida assim: para o primeiro colocado o prêmio seria de R\$ 2.500,00; o segundo com a premiação de R\$ 1.500,00 e para o terceiro R\$ 1.000,00. Já a escola vencedora, em sua categoria, receberia prêmio em incentivo didático, que se caracterizou em jogos educativos para o Ensino Fundamental. As trinta melhores fotos também seriam premiadas, ora fazendo parte de um catálogo de divulgação do município, como também comporiam exposições itinerantes em diversos setores da cidade.

Convém destacar que a premiação, mesmo financeira, não seria somente vinculada ao seu valor, mas principalmente como uma forma de incentivar a comunidade à efetiva participação, com o objetivo de criar na mesma as possibilidades lúdicas de ver através da imagem, a expressão de sua cidade e assim valorizar o seu patrimônio cultural e o lugar em que vivem transformando-se em espaços de vivência e memória. Na realidade, um dos

grandes propósitos deste concurso era desenvolver na comunidade um olhar diferenciado, quer dizer, ver diferente aonde todos vêm igual, seja no olhar daquele que captura a imagem, ou seja, no olhar daquele que vai apreciá-la posteriormente.

A partir da regulamentação pronta, dos instrumentos legais aprovados, partiu-se para a divulgação do Concurso, buscando efetivamente a participação da comunidade em seus diferentes segmentos sociais. Para tanto, foram utilizados todos os órgãos de divulgação com evidente preferência pelo rádio, pois o mesmo ainda se constitui em um veículo propulsor de propagação à todas as camadas.

Não se pode negar que o resultado surpreendeu, duzentas fotos foram inscritas, num período de inscrição relativamente curto, onde se esperava uma média de setenta fotos, além de que, em todo esse universo de imagens, somente dois profissionais da área se inscreveram, evidenciando assim, o alcance do propósito inicial de envolver a cidade como um todo, buscando no olhar do transeunte do dia-a-dia do espaço urbano, a sua visão de cidade. O julgamento, a partir dos critérios anteriormente elencados, foi realizado por uma equipe multidisciplinar, que contou com um fotógrafo profissional, um geógrafo, um historiador, um turismólogo e um membro da comunidade, escolhido no dia do julgamento, entre os muitos que circulavam pelo espaço da prefeitura.

O início do processo de selecionar e julgar as fotos se evidenciou como surpreendente no momento da abertura dos envelopes, pois em um primeiro momento, a sensação dos julgadores era de que a cidade estava ali representada, seja por artistas populares, pelos amantes da fotografia que perambulam por nossas ruas, praças, igrejas e cenários rurais ou ainda por aquela família que fotografou seu filho em uma praça ao final de um desfile comemorativo, ou ainda aquele fotógrafo que, por hobby, faz peripécias para captar a imagem.

O acompanhamento desse processo foi gratificante, pois como profissionais da área de história e turismo, pode-se perceber que as imagens urbanas e rurais, retratadas nas fotografias, proporcionou observar com maior nitidez como o município de fato passa a ser compreendido por meio de seus

símbolos seja de identidade, de religiosidade, de natureza, de lazer, de questionamentos à ordem vigente, quer dizer, como a cidade abordou a cidade em seus diferentes temas que, na maioria das vezes, nunca antes foram apresentados em grande quantidade para o público em geral, evidenciando assim, a possibilidade de veiculação de certas idéias de bonito ou feio, de aceitável ou não, de bom ou ruim, na construção da imagem local. Isso é muito importante no processo de construção de uma identidade cultural e histórica e no processo de criação de uma identidade/imagem turística, não levando somente em consideração o que deve ser mostrado na divulgação do município por órgãos oficiais, mas sim divulgar aquilo que a população detém como patrimônio e como espaço próprio de uso e por isso deve ser ofertado aos seus visitantes.

Estas questões apresentadas se evidenciam nas diferentes tipologias de imagens captadas, como podemos observar a seguir. Um número muito significativo de fotos evidenciou o Patrimônio Cultural Histórico de Ponta Grossa, o que pode levar a considerar que a história esta presente na memória da população e no imaginário popular, por meio de suas construções que se configuram como patrimônio histórico, porém também foram vistos aspectos da religiosidade com suas igrejas, das crenças e imaginários populares evidenciados por imagens cemiteriais, visão de uma cidade melhor e mais humana, por meio de paisagens panorâmicas, além dos crepúsculos e luzes que configuram o espaço de sonhos de uma população apaixonada pela sensação bucólica de se sentir parte de um universo particular. Por sua vez os aspectos urbanos, no sentido de configuração do espaço geográfico e de distribuição arquitetônica, pode ser observado em algumas imagens que evidenciam o cotidiano de uma cidade que sobrevive em suas diferentes nuances sociais e culturais. As características dos momentos referenciais da história, que já se diluíram no tempo e que foram constituídos em monumentos à memória da cidade, também foram registrados.

Quanto aos aspectos naturais, imagens de cachoeiras, lajeados, corredeiras, rios e furnas, também se destacaram, em função de se caracterizarem como atrativos sacralizados no município, até em função de sua

formação geológica. Mas o que chamou a atenção, foram as dimensões de ver a paisagem natural como sentido de caminho, de continuidade. Assim, o Pinheiro do Paraná não aparece isolado em um cenário, mas sim no contexto da vegetação característica da região e sempre ao lado de um caminho ou estrada, evidenciando a necessidade de continuidade, de preservação e de manutenção daquilo que é mais inerente ao homem, o pertencer à terra.

Quanto às fotos que traduziam uma cidade com seus problemas e defeitos, como o lixo, o ambulante etc, chamou atenção, em se tratando de um concurso que em primeira instância apresentaria somente fotos de locais bonitos, com características de atrativo turístico porém, no processo de interpretação destas fotos, pode-se chegar a duas conclusões: em um primeiro momento de que a pessoa que as registrou, tenha um olhar mais bucólico e que tem um gosto de fotografar imagens do cotidiano e que para ele as diferenças e conflitos sociais refletem o dia-a-dia de uma cidade; em segundo momento pode-se observar que, por se tratar de uma parceria de entidades responsáveis pela manutenção do bem estar social da cidade, principalmente a prefeitura e a universidade, isto poderia ser um retrato de protesto, para que as mesmas detectassem o outro perfil da cidade que, além de todas as belas imagens, também depara-se com imagens não tão bonitas e, que isto também poderia chamar a atenção de um turista, porém como um aspecto negativo.

Apresentar as imagens produzidas, agora em texto, fazendo com que o leitor imagine uma cidade a partir do olhar do seu morador, configura-se em uma importante estratégia turística de evidenciar o valor do ambiente a ser visitado, trabalhando com a articulação do imaginário de quem recebe e a imaginação do turista, uma vez que a palavra articulada evidencia universos a serem construídos por quem a lê.

O Primeiro Lugar no concurso se destacou em um espaço natural, composto de água, céu, luz e vegetação, pois evidenciou um local caracterizado pelo bem estar de que o homem precisa, a verdadeira conjugação entre o ser e o ter, como elemento essencial na leitura que pode ser feita em relação ao ambiente que julgamos necessário ao bem estar da comunidade, num contexto de equilíbrio entre o que pode ser feito e aquilo que

deve ser feito, entre o que posso usar e o que deve ser usado, para a manutenção do bem estar comum. Se este ambiente de equilíbrio natural homem e natureza, evidenciado pela beleza cênica, foi destacado por seu morador, ele deve ser respeitado e utilizado pela atividade turística.

Por sua vez, a segunda colocada no concurso se caracterizou por um momento histórico. A imagem da ferrovia, com destaque para a Maria Fumaça em meio a neblina do inverno dos Campos Gerais, máquina essa responsável pelo ir e vir, da chegada dos inúmeros povos que se constituíram em importantes elementos no processo de crescimento e urbanização da cidade. Hoje esta imagem é um monumento reconstituído em parte e preservado, mas que na imagem construída pela lente do fotógrafo se constituiu em um elemento de reviver da memória local e também em uma imagem bela a ser referenciada pelo turista.

A terceira colocada, lembranças, momentos, sonhos e devaneios registrados em uma rua, tão importante na vida e no sentido da cidade, Rua XV de Novembro. Na imagem pode-se sentir a história, a cultura e o sentido de viver de uma comunidade. Se atraiu seu morador, é importante referencial para o turista, por que representa a hospitalidade, o chegar e se sentir acolhido.

Em relação à premiação das escolas, a fotografia destacada, representa o espaço urbano centralizado e importante espaço de convivência da população. É o Parque Ambiental, local de passagem, entretenimento, permanência e convivência. Espaço das inúmeras diferenças sociais coexistindo em harmonia. Espaço comum a todos.

Outras imagens podem ser destacadas, tais como a simbologia das igrejas, retratadas em seu exterior e interior, evidenciando não só a beleza arquitetônica, mas a qualidade da mão de obra dos artistas da cidade. Por sua vez, a estatuária e a arquitetura cemiterial foram evidenciadas, mostrando uma beleza que transpõe os muros da realidade vivida e chegando aos limites do tentar vir a ser e da continuidade de vida. Espaços de uso comum como ruas, praças, hospitais, bairros se configuraram como aspectos bastante lembrados pelos concorrentes, evidenciando assim o olhar desprovido de intenções de analisar criticamente o espaço, mas apresenta-los como símbolos de

apropriação e de utilização comum. A beleza de um jardim, um portão que se abre, a florista no seu trabalho, a saída dos alunos da escola, a paisagem urbana vista da janela do ônibus, o idoso no banco da praça. Esses momentos de existência registrados refletem a busca de uma identidade que se torna muitas vezes uma questão tão particular e intransferível. Neste sentido, a indagação a ser feita refere-se à utilização desses espaços pelo turismo, sem torná-lo um adorno vazio de representações ao olhar de quem visita um local.

Por sua vez, o patrimônio natural, outra categoria referenciada, apresentou, além de aspectos comuns que caracterizam o turismo natural, como cachoeiras, rios, lajeados e furnas, imagens de ecossistemas, de plantas e de caminhos rurais. A divulgação de muitas dessas imagens aproxima o público de áreas não comuns na realidade cotidiana e, muitas vezes sem infraestrutura para receber o turista. Por isso, a fotografia cria um vínculo com um meio ambiente natural, destacando assim, a compreensão, o conhecimento, a relação emocional e afetiva, que pode agregar valores aos interesses de cuidar e preservar.

As imagens da cidade, apresentada por meio do concurso, demonstraram que além de serem registros visuais de temas ou assuntos, são também fotografias que evidenciam os efeitos visuais daquilo que representam, uma vez que é uma linguagem icônica, pois funcionam como um código de figuração do real.

A partir da seleção e da escolha das premiadas, o concurso Fotografe Ponta Grossa teve sua continuidade, pois as imagens passaram a ser utilizadas em exposições em diferentes setores da cidade (terminais rodoviários, bancos, universidade, supermercados e galerias de arte), além de comporem calendários locais e páginas da Internet, seja na divulgação de eventos ou então de empreendimentos comerciais da cidade. Também passaram a ser utilizadas em catálogos profissionais e ilustraram a cartilha e a planta turística do município de Ponta Grossa.

Considera-se então, que a construção da imagem de um local por seus habitantes é importante ferramenta para a divulgação patrimonial da cidade para a própria cidade, além de criar vínculos de identificação com as diferentes

realidades existentes, pois durante as exposições, era comum a seguinte expressão, “isto é em Ponta Grossa?” Esta indagação proporciona uma expectativa de processos de mudança de olhares, pois a fotografia além de significativo instrumento de divulgação turística pode recuperar também a memória cultural e o imaginário social, propiciando assim a construção de estratégias de marketing de divulgação a partir da realidade vivida por todos aqueles que acreditam que sua cidade pode oferecer a hospitalidade primeiro para seus moradores e depois para os turistas.

Deve-se permitir que o patrimônio referenciado pela comunidade sobreviva, que tenha e ganhe vida. Para que isto aconteça, deve-se levar em consideração além de seus valores estéticos e históricos, sua capacidade de reciclagem, permitindo-lhe usos dinâmicos pela comunidade local, e também pela atividade turística.

Devemos ainda destacar, que a preservação do Patrimônio Cultural, não deve se adaptar nunca ao gosto do turista, mas pelo contrário, são os turistas que devem se adaptar à leitura proveniente dos patrimônios. A memória histórica, a identidade, o caráter de uma comunidade, que muitas vezes é referenciada em seu patrimônio não deve ser banalizada pelo turismo.

O turismo nas áreas culturais e naturais, como é discutido atualmente, não pode ser concebido, visto e consumido por intermédio somente de eventos, festas, grandes espetáculos, mas deve ser pensado e referenciado pela articulação entre preservação, memória imaginário, imaginação e atividade turística.

Pode ser que, de posse de um novo referencial, interdisciplinando-se, também com a comunidade, o turismo e o turismólogo encontrem um caminho mais efetivo nesse mundo simbólico do Patrimônio. No estudo sobre o Patrimônio Cultural, seu desvendamento é ‘irresistível’ e ‘fascinante’, fugindo de uma mera interpretação do monumento como arquétipo e estereótipo. Planejar estes locais, a partir da imagem e visão da população é um desafio.

Referências Bibliográficas:

BIGNAMI, Rosana. A imagem do Brasil no turismo : construção, desafios e vantagem competitiva. São Paulo : Aleph, 2002.

BIT-MONTEIRO, Mário. A Ascensão da Fotografia Contemporânea. Revista da Extensão - PROEXT - UFRGS, vol. 1, p.40-50, jan-jun, 1998.

BOLSON, Jaisa H. Gontijo. A Importância da paisagem na atividade turística. Revista Turismo, 2004.

CORIOLANO, Luzia N. M. T. A Produção da Imagem dos Lugares Turísticos. Cabedelo - PB: Labyrinth, 2002.

KOSSOY, Boris. Fotografia e História. 2ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

SANTOS, Clézio dos . Imagem turística: uma introdução ao entendimento espacial do turismo. Revista Unibero de Turismo e Hotelaria, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 1-12, 2004.