



FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA
CURSO: TURISMO

**ANÁLISE DA IDENTIDADE CULTURAL DE BRASÍLIA: PROPOSTAS PARA UM
TURISMO CULTURAL**

IARA UMBELINO PEREIRA

RA: 2032204/9

PROF(A). ORIENTADOR(A): ANNA MARIA FELIPIN RIGOBELLO

Brasília/DF, Novembro de 2006.

IARA UMBELINO PEREIRA

**ANÁLISE DA IDENTIDADE CULTURAL DE BRASÍLIA: PROPOSTAS PARA UM
TURISMO CULTURAL**

**Monografia apresentada como um dos
requisitos para conclusão do curso de
Turismo do UniCEUB – Centro
Universitário de Brasília.**

**Prof(a). Orientador(a): Anna Maria
Felipin Rigobello**

Brasília/DF, Novembro de 2006.

IARA UMBELINO PEREIRA

**ANÁLISE DA IDENTIDADE CULTURAL DE BRASÍLIA: PROPOSTAS PARA UM
TURISMO CULTURAL**

**Monografia apresentada com um dos
requisitos para conclusão do curso de
Turismo do UniCEUB – Centro
Universitário de Brasília.**

**Prof(a). Orientador(a): Anna Maria
Felipin Rigobello**

Brasília, Novembro de 2006.

Banca examinadora:

**Prof(a). Anna Maria Felipin Rigobello
Orientador(a)**

**Prof(a).
Examinador(a)**

**Prof.(a)
Examinador(a)**

AGRADECIMENTO

À minha orientadora, Professora Anna Maria Rigobello, que sem ela o trabalho não teria se desenvolvido.

Aos meus pais Rui e Jacira, minha irmã Cibele, meu noivo Gabriel, minhas amigas Viviane, Emília e Ana Carolina, que me deram apoio em todo o processo do trabalho.

EPIGRAFE

*“Estou indo prá Brasília
Nesse país lugar melhor não há [...]
- Meu Deus mas que cidade linda!”*

Renato Russo

RESUMO

O objetivo deste estudo exploratório foi analisar a identidade cultural de Brasília, já que é uma cidade que abrigou várias culturas, devido a grande migração de pessoas de todos os estados. E ainda, relacionar a identidade com o turismo cultural. Para um entendimento melhor do assunto abordado, foi utilizado como método, a pesquisa de caráter qualitativo, utilizando entrevista para coleta de dados. A partir dessas entrevistas foram obtidas algumas informações como a relação de identidade de Brasília com monumentos como Congresso Nacional e Praças dos Três Poderes. Mas a formação de uma identidade é construída a longo prazo e se caracteriza por uma memória coletiva. Logo, imagina-se que Brasília está em processo de formação de uma identidade, pois sua imagem está vinculada com o presente, o atual, e não com sua história. Ou seja, os moradores não se identificam com o passado de Brasília, mais sim com o que ela vive hoje: a política.

Palavras-chave: Patrimônio Cultural. Identidade. Não-lugar.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	08
CAPÍTULO I - As principais características do Patrimônio e sua relação com o Turismo Cultural.....	11
1.1 – Patrimônio e Identidade Cultural.....	11
1.2 - Patrimônio Cultural.....	14
1.3 - Turismo Cultural.....	16
CAPÍTULO II – Brasília: um não-lugar?.....	20
CAPÍTULO III – Resultados da Pesquisa.....	24
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	26
REFERÊNCIAS.....	28
APÊNDICES.....	29
ANEXOS.....	31

INTRODUÇÃO

O Plano Piloto de Brasília é considerado Patrimônio da Humanidade, intitulado pela UNESCO desde 1987. A cidade, inaugurada em 1960, pelo Presidente Juscelino Kubitschek, foi a primeira cidade moderna considerada Patrimônio Mundial, com seu traçado único, disposto em dois eixos, criando uma figura de avião (IPHAN, 2006).

Brasília tornou-se uma cidade atrativa em questões sócio-econômicas, recebendo pessoas de todos os estados, e até de outros países. Com isso várias culturas foram sendo “instaladas” na cidade, assim como descreve a Secretaria de Turismo do Distrito Federal:

Encontro de brasileiros de todos os quadrantes, e a proximidade imediata com os usos e os costumes, cultura que abraça a capital, fez da cidade, um rico, multifacetado mosaico a desaguar em manifestações gastronômicas de matrizes variadas, que ganharam cores mais intensas ao se caldearem com totalidades internacionais (SETUR - DF, 2006).

O estudo apresenta como discussão o possível processo de formação da identidade de Brasília, Plano Piloto, desde sua formação até os dias atuais, devido ao grande número de pessoas de outros estados e países, que mesclam a cultura local. Esse processo envolve conceitos como o de turismo cultural, patrimônio cultural material e imaterial, identidade, memória, aculturação e não-lugar.

Diante disso, surge um dilema: **Brasília é considerada um não lugar ou sofre um processo de formação de identidade?**

Para esclarecer a questão anterior, o trabalho apresenta como objetivo geral a proposta de analisar a identidade cultural do Plano Piloto de Brasília, e sua relação com o turismo cultural.

Os objetivos específicos são três: levantar conceitos de patrimônio material e imaterial, turismo cultural e não-lugar; identificar lendas, costumes, tradições do Plano Piloto de Brasília; verificar a relação de identidade local com o turismo cultural de Brasília.

O trabalho foi desenvolvido através de elementos metodológicos, que juntamente com o referencial bibliográfico possibilitaram a evolução deste estudo. Está estruturado em quatro tópicos: delineamento da pesquisa, a população

pesquisada, o instrumento e, por último, o tratamento dispensado à coleta e análise dos dados.

A pesquisa é uma das fases mais importantes no desenvolvimento de um estudo científico, pois promove a produção de teorias ou conhecimentos, está ligada diretamente com a resolução de problemas específicos e avalia esses sistemas (MINAYO, 1999, p. 16).

Trata-se, portanto, de um estudo de caráter exploratório e qualitativo. Foi definido esse tipo de metodologia de acordo com os conceitos de Vergara (2003, p. 47), onde investigação exploratória:

Não pode se confundir com leitura exploratória, é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado. Por sua natureza de sondagem, não comporta hipóteses que, todavia, poderão surgir durante ou ao final da pesquisa.

Ainda de acordo com o conceito de Vergara (2003, p. 50), “população é um conjunto de elementos (empresas, produtos, pessoas, por exemplo) que possuem as características que serão objeto de estudo”, sendo assim, definiu-se como população deste trabalho 08 (oito) pessoas entrevistadas. Esses se encontram na faixa etária entre 18 e 55 anos, de ambos os sexos, feminino e masculino, nascidas ou não no Distrito Federal e que residem no Plano Piloto de Brasília. Foram selecionados pessoas com esse perfil para que se tenha uma idéia clara da identidade dos moradores do local a ser estudado, facilitando a conclusão do trabalho.

O objeto da pesquisa foi o Plano Piloto do Distrito Federal, incluindo todos os habitantes, empresas e comerciários (trabalhadores). A localidade foi definida, pois o Plano Piloto acumula grande número de atividades econômicas, culturais e sociais, no Distrito Federal.

Os dados foram coletados por meio de pesquisa bibliográfica (secundário) e entrevistas (primário), já que:

A entrevista é um procedimento no qual você faz perguntas a alguém que, oralmente, lhe responde. A presença física de ambos é necessária no momento da entrevista, mas, se você dispõe de mídia interativa, ela se torna dispensável. A entrevista pode ser informal, focalizada ou por pautas. Entrevista formal ou aberta é quase uma “conversa jogada fora”, mas tem um objetivo específico: coletar os dados de que você necessita. (VERGARA, 2003, p.54)

A entrevista (APÊNDICE A) contém cinco perguntas simples e direcionadas ao público pesquisado, com o objetivo de obter algumas informações. A primeira

delas é a visão de cada um sobre a identidade e memória do Plano Piloto. Depois, perceber as tradições e costumes da comunidade local e qual monumento ou evento que os entrevistados consideram ponto de referência para o Plano Piloto. Por último, se os costumes, tradições e lendas, citados por eles, podem se tornar atrativos turísticos.

Já a pesquisa bibliográfica aborda livros, artigos de sites confiáveis com dados pertinentes ao assunto.

Para análise do trabalho, utilizou-se da análise bibliográfica e documental que deu base para a principal análise, a de conteúdo. De acordo com Bardin (1977, p.42) análise de conteúdo pode ser entendida como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”.

Durante o trabalho os dados foram analisados e descritos, conforme a interpretação da autora.

Para o desenvolvimento lógico do conteúdo, o trabalho foi dividido em 3 capítulos e as considerações finais. O primeiro trata de conceitos essenciais para a problemática levantada. Conceitos como o de patrimônio, patrimônio cultural material e imaterial e turismo cultural. Já no segundo capítulo trabalha-se com o conceito de lugar e não-lugar, sobre identidade e sua formação. Assim, relacionando-os entre si e com a história de Brasília e sua cultura. O terceiro, e último capítulo, relata os resultados dos dados e analisa-os para resolução da problemática. Nas considerações finais, através dos conceitos vistos nos capítulos anteriores com os resultados de pesquisa, analisa-se a problemática, chegando a uma conclusão.

CAPÍTULO I – As principais características do Patrimônio e sua relação com o Turismo Cultural

1.1 – Patrimônio e Identidade Cultural

O patrimônio vem sendo muito trabalhado por órgãos nacionais e internacionais, pois se percebeu o seu valor social e cultural tanto para a comunidade, quanto para a humanidade.

“A origem etimológica da palavra patrimônio vem do latim *patrimoniū*, encontrando-se associado à idéia de uma herança paterna ou bens familiares” (BARBOSA, 2001, p. 67).

Concordando com a definição anterior, Magnani (1996) conceitua o termo como:

determinado conjunto de bens adquiridos ou produzidas por uma coletividade – familiar ou institucional – e que se destina a manter a continuidade do grupo a despeito de mudanças ou sucessão de seus membros.

Já Rodrigues (2001, p.16), percebem que conceituar patrimônio não é tão simples, podendo ter diversos sentidos, mas acaba retornando para o básico: “relacionada à herança familiar, mais diretamente aos bens materiais”.

Barretto (2004, p. 9) seguindo a idéia anterior, questiona também a variedade de conceitos do termo, referindo assim que:

A palavra patrimônio tem vários significados. O mais comum é conjunto de bens que uma pessoa ou uma entidade possuem. Transportado a um determinado território, o patrimônio passa a ser o conjunto de bens que estão dentro de seus limites de competência administrativa.

Diante da percepção da diversidade de sentidos, alguns autores adotaram a segmentação do termo. Magnani (1996) divide patrimônio em dois aspectos, ou seja, “na denominação dos órgãos oficiais encarregados da preservação, o termo patrimônio costuma vir qualificado por “histórico” e “artístico””.

Barretto (2004, p. 9), classifica-o em dois, de natureza e de cultura, em que “patrimônio natural são as riquezas que estão no solo e no subsolo, tanto as florestas quanto as jazidas. Quanto ao patrimônio cultural, esse conceito vem sendo ampliado à medida que se revisa o conceito de cultura”.

Assim, patrimônio deixa de ser definido por bens físicos e materiais como prédios que abrigam reis, condes e marqueses e pelos utensílios a eles

pertencentes, e passa a ser definido como “o conjunto de todos os utensílios, hábitos, usos e costumes, crenças e forma de vida cotidiana de todos os segmentos que compuseram e compõem a sociedade” (BARRETTO, 2004, p. 11).

Percebe-se, assim, que o termo patrimônio está diretamente ligado com memória e identidade. Rodrigues (2001, p.18) relaciona-o da seguinte maneira:

A perspectiva do patrimônio como parte integrante da memória social também o ressaltaria como um campo de conflito simbólico da sociedade, no qual se registra o jogo memória/esquecimento, em geral vencido pelos segmentos sociais dominantes, que podem impor sua memória como a toda a sociedade.

O patrimônio em si, também é um conflito social, pois o que pode ser considerado patrimônio para um grupo, pode não ser para outros. E geralmente o grupo dominante se impõe com facilidade. Por exemplo, no Brasil a maioria dos patrimônios identificados pelo IPHAN, são patrimônios elitistas, que não têm identidade com a maioria da população, como grandes igrejas, casarios, palácios, etc..

O conceito de memória coletiva, para Halbwachs (1968, p. 36-37, apud Barretto, 2004, p.45), é de essencial importância para o estudo, pois trata com clareza o conceito. Mostrando ainda a importância da memória coletiva e da identidade para o ser humano hoje em dia,

[...] refere-se a uma memória social, exterior ao indivíduo, estendida no tempo, que guarda eventos acontecidos há muito. Essa memória é o invólucro das memórias individuais e conserva, de maneira própria, os fatos acontecidos na sociedade à qual o indivíduo pertence [...] Recuperar ou manter a identidade, a cor local, aparece neste final de século como uma necessidade generalizada em face da globalização.

Diante desse conceito pode-se complementar que:

A memória social aflora, assim, como portadora de historicidade; as condições de construí-las são mutáveis e ela reflete as relações políticas, de possibilidades de exercício de direitos, que cada segmento social e também cada indivíduo tem em determinado tempo. (Rodrigues, 2001, p. 18)

Portanto, a memória coletiva e a identidade, não estão somente ligadas ao conceito do patrimônio, mas também com a sua identificação e preservação para torná-lo um legado cultural.

Segundo Yázigi (2001, p. 46), o termo identidade “tem sido muito difundido”, abrangendo várias questões, como físicas, geográficas, históricas entre outras. Mas a princípio, seguindo os pensamentos do mesmo autor, assim como se tem uma identidade genética (DNA), “socialmente, podemos dispor de identidade, como a

nacionalidade também modificável e outras em permanente construção, o são a cidadania, o pertencimento a qualquer agrupamento humano”.

Logo a identidade de um lugar consiste em:

[...] uma diferenciação espacial que reúna um conjunto de características, fundamentadas na geografia física (e sua fauna); em suas instituições; sua vida econômica, social e cultural (com destaque para a paisagem construída). Trata-se de um fenômeno total, não reduzível a uma única propriedade, sob risco de perda do seu caráter. (YÁZIGI, 2001, p. 49)

Identidade consiste em uma construção simbólica que supõe adesão de sentimentos em relação ao outro, um conjunto de caráter próprios, e exclusivos. Contribuindo com o exposto até o momento, Yázigi (2001, p. 47) diz que identidade “é a afirmação de *nós* diante dos *outros*”.

A formação da identidade é contínua, pois as sociedades estão em constante processo de reunir novos valores, muitas vezes externos, de outras culturas. “Nesse sentido, a identidade do outro pode tornar-se um produto de mais interesse do ponto de vista comercial” (BARBOSA, 2001, p. 56).

Logo, segundo Gonçalves (1988, p. 267, apud Barretto, 2004, p. 10):

Assim como a identidade de um indivíduo ou de uma família pode ser definida pela posse de objetos que foram herdados e que permanecem na família por várias gerações, também a identidade de uma nação pode ser definida pelos seus monumentos – aquele conjunto de bens culturais associados ao passado nacional. Esses bens constituem um tipo especial de propriedade: a eles se atribuem a capacidade de evocar o passado e, desse modo, estabelecer uma ligação entre passado, presente e futuro. Em outras palavras, eles garantem a continuidade da nação no tempo.

Atualmente, a identidade se torna flexível, exposta às mudanças e inovações, dependendo de relação com os outros. Assim, manifesta-se em determinados grupos (religião, política) ou em papéis que o indivíduo se atribui (familiar ou profissional). O indivíduo começa a perceber que identidade “é uma construção social e que pode ser mudada” (BARRETTO, 2004, p. 10).

A autora (2004) continua a tratar do assunto relacionando o conceito de identidade com história, tradição e memória comum a todos de uma comunidade, independente de se conhecerem ou não.

Ou seja, identidade está relacionada com a qualidade do idêntico e do comum; com a construção simbólica que supõe a adesão de sentimentos em relação ao “outro”; com a construção de determinados referenciais para entendermos quem somos; com o conjunto de caráter próprios ou exclusivos; com o

sentimento de pertencimento; sentido de pertencer que as pessoas trazem enquanto seres simbólicos que são; com o legado cultural. Para mantê-la é necessária a preservação do patrimônio, que é sua representação tangível ou não-tangível.

1.2 Patrimônio Cultural

Mundialmente, o órgão que trabalha diretamente com o conceito de patrimônio cultural e sua preservação, é a UNESCO. Já no Brasil, existe também o IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional). O patrimônio cultural, segundo Barretto (2004, p. 10) consiste:

Em sentido estrito, entendia-se patrimônio cultural como as obras de arte no espaço, ou seja, a pintura, a escultura e a arquitetura. Mas existem outras artes, aquelas que transcorrem no tempo, como a dança, a literatura (teatro incluído) e a música. Também são parte do patrimônio cultural artístico, mas, por não terem a mesma materialidade que os anteriores, é complexa sua qualificação como bens, donde sua quase permanente exclusão das preocupações oficiais com a questão do patrimônio.

Com o tempo percebeu-se que o patrimônio cultural, vai além de bens materiais, tangíveis, incluindo os intangíveis, ou imateriais, “e não só aquilo que representa a cultura das classes mais abastadas, mas também o que representa a cultura dos menos favorecidos” (BARRETTO, 2004, p. 10).

Concordando com esse dilema o IPHAN (2006) esclarece que:

O patrimônio cultural não se restringe apenas a imóveis oficiais isolados, igrejas ou palácios, mas na sua concepção contemporânea se estende a imóveis particulares, trechos urbanos e até ambientes naturais de importância paisagística, passando por imagens, mobiliário, utensílios e outros bens móveis.

A Unesco, na convenção do Patrimônio Mundial, em 1972, definiu patrimônio cultural como monumentos (arquitetura, escultura, pintura), conjunto de edificações e sítios (obras feitas pelo homem ou pela natureza e pelo homem em conjunto, e áreas que incluem sítios arqueológicos) (BARRETTO, 2004, p. 12).

Esses patrimônios, aqui no Brasil, são protegidos pelo IPHAN, baseado nas legislações específicas (ANEXO A) e em seu tombamento, que consta nos Livros do Tombo (arqueológico, paisagístico e etnográfico; histórico; belas artes; e das artes aplicadas).

A UNESCO (2006) percebe a importância da memória e das manifestações culturais de todo o mundo, preservando e promovendo monumentos, sítios e paisagens culturais. Sabendo que não é só de bens tangíveis que se forma uma cultura, a UNESCO promove também os bens intangíveis como tradições, folclore, festas e outras manifestações. Esses bens intangíveis são considerados com patrimônio cultural imaterial.

A UNESCO percebe que o patrimônio imaterial é de extrema importância para muitas culturas de minorias étnicas, como os povos indígenas, sendo uma fonte de identidade, carregando a própria história. Ou seja:

A filosofia, os valores e formas de pensar refletidos nas línguas, tradições orais e diversas manifestações culturais constituem o fundamento da vida comunitária. Num mundo de crescentes interações globais, a revitalização de culturas tradicionais e populares assegura a sobrevivência da diversidade de culturas dentro de cada comunidade, contribuindo para o alcance de um mundo plural (UNESCO, 2006).

Para os turistas e para a própria comunidade é de muita importância essa linha de pensamento, pois valoriza a cultura local, fortalecendo-a, e assim evitando que a cultura sofra uma aculturação, já que há um grande risco de que isso aconteça, devido à globalização e às influências externas, que o próprio turista traz.

A partir dessa importância do patrimônio imaterial, o IPHAN (2006) o define como:

As práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas e também os instrumentos, objetos, artefatos e lugares que lhes são associados e as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos que se reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural.

Esse é transmitido de geração em geração, dando continuidade e absorvendo inovações constantemente, por suas próprias comunidades em função de seu ambiente, sua história e interação com a natureza, promovendo o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana (IPHAN, 2006). Diante disso, o Patrimônio Cultural vai além de identificar ou referenciar culturas, ampliando-as para investimentos que trazem renda para comunidade e, ainda, fortalece as culturas. Assim como o IPHAN (2006) trata:

Por este motivo é possível realizar uma das mais importantes distinções que se pode fazer com relação ao Patrimônio Cultural, pois sendo ele diferente das outras modalidades da cultura restritas apenas ao mercado cultural, apresenta interfaces significativas com outros importantes segmentos da economia como a construção civil e o turismo, ampliando exponencialmente o potencial de investimentos.

O patrimônio cultural é essencial para a preservação da cultural local e para o desenvolvimento sócio-econômico da comunidade, atraindo o turismo e conseqüentemente investimentos de grandes empresas. Rodrigues (2001, p.17) citam a relação da preservação com o patrimônio cultural como uma segurança de que o legado cultural passe sempre para a geração futura. Mantendo a comunidade fortalecida em sua cultura, reconhecendo-a e valorizando-a:

Hoje entendemos que, além de servir ao conhecimento do passado, os remanescentes materiais de cultural são testemunhos de experiências vividas, coletiva ou individualmente, e permitem aos homens lembrar e ampliar o sentimento de pertencer a um mesmo espaço, de partilhar uma mesma cultura e desenvolver a percepção de um conjunto de elementos comuns, que fornecem o sentido de grupo e compõem a identidade coletiva. (RODRIGUES, 2001, P. 17)

Percebe-se que o patrimônio imaterial é tão importante para a preservação de uma cultura quanto o patrimônio material. Ambos estão ligados diretamente, pois muitos dos monumentos, sítios e outros têm por trás uma cultura, uma memória coletiva.

1.3 Turismo Cultural

O mercado do turismo tem crescido rapidamente, principalmente com um grande número de ofertas, demanda e facilidades de acesso aos atrativos turísticos. De acordo com o Ministério do Turismo (2006), do ano 2003 até 2005 houve um aumento significativo de turistas estrangeiros no Brasil, e a perspectiva é que nos próximos anos aumente mais. Isso porque o Brasil é um país que apresenta uma diversidade de atrativos, tanto naturais como culturais. Com isso o Ministério do Turismo lança os principais tipos de turismo que podem se encontrar no Brasil, e em cada um deles contém uma variedade de roteiros de Norte a Sul do país. Os principais tipos de turismo no Brasil são o Sol e Praia, Ecoturismo, Cultura, Esportes, Negócios e Eventos, Aventura e Rural.

Para o tema do trabalho destaca-se o Turismo Cultural. Mas o que vem a ser esse tipo de turismo? De acordo com o autor Andrade (2002, p. 71):

[...] *turismo cultural* possui conotação restritiva e abrange exclusivamente as atividades que se efetuam através de deslocamentos para a satisfação de objetivos de encontro com emoções artísticas, científicas, de formação e de informação nos diversos ramos existentes, em decorrência das próprias riquezas da inteligência e da criatividade humanas.

Ou seja, o turista é atraído pelos costumes, manifestações, culinária, entre outros, de uma comunidade, que no geral lhe desperta interesse. Logo, o Turismo Cultural difere dos outros exatamente pela suas motivações. Seguindo ainda os pensamentos do autor (2002, p. 71):

As características básicas ou fundamentais do Turismo Cultural não se expressam pela viagem em si, mas por suas motivações, cujos alicerces se situam na disposição e no esforço de conhecer, pesquisar e analisar dados, obras ou fatos, em suas variadas manifestações.

Silberberg apud Pires (2001, p. 67) afirma que as “visitas de pessoas de fora da comunidade receptora são motivadas completamente ou em parte por interesses na oferta histórica, artística, científica ou no estilo de vida, tradições da comunidade, religião, grupo ou instituição”.

Pires (2001, p. 67) ainda comenta que, por qualquer que seja a motivação dos turistas, eles, em algum momento visitarão atrativos turísticos culturais, se estiverem de fácil acesso.

A diversidade cultural é um dos itens ou motivação mais importante para a prática do Turismo Cultural. Segundo a UNESCO (2006) não se trata da questão do turismo, mas de um item para a história da humanidade, descrevendo-a assim:

A cultura adquire formas diversas através do tempo e do espaço. Essa diversidade se manifesta na originalidade e na pluralidade de identidades que caracterizam os grupos e as sociedades que compõem a humanidade. Fonte de intercâmbios, de inovação e de criatividade, a diversidade cultural é tão necessária para o gênero humano, quanta diversidade biológica o que é para a natureza. Nesse sentido, constitui o patrimônio comum da humanidade e deve ser reconhecida e consolidada em benefício das gerações presentes e futuras.

Sabe-se que o Brasil, como atrativo para a prática do Turismo Cultural, é caracterizado por sua diversidade cultural. Um país grande que oferece variedades na flora, fauna, relevo, clima, gastronomia, religião, entre outros. Esse conjunto leva a cada região, e cada estado pertencente a ela, ter uma cultura específica (Ministério do Turismo, 2006).

Diante do conceito de turismo cultural e diversidade cultural, juntamente com a realidade atual, percebe-se que o turismo vem comercializando tanto as paisagens como a própria cultura. Segundo Barbosa (2001, p. 61) o consumismo foi o responsável pelo efeito de “supermercado cultural”, pois foi com esse movimento

social global, que as diversidades culturais tornaram-se como uma moeda e língua internacional.

Com isso, o turista torna-se um grande consumidor de cultura, paisagens, aventuras, sabores, e principalmente das imagens transmitidas a eles. E como Barretto (2004, p. 49) trata em seu livro:

A busca dos elementos característicos e diferenciais de cada cultura aparece como uma necessidade de mercado, a cultura autóctone é a matéria-prima para a criação de um produto turístico comercializável e competitivo internacionalmente [...] A cultura deixa de ser importante por si mesma e passa a ser importante por suas implicações econômicas. A história não é importante porque mostra as raízes, mas porque traz dinheiro.

A cultura passa a ser um produto, e quanto maior a diversidade cultural ou exótica for à cultura, mais atrativo se tornará o local. Surge então uma problemática, pois ao mesmo tempo em que o turismo traz proveito para comunidade, ele pode acabar como a única fonte de renda e de desenvolvimento social. Logo, o turismo cultural fortalece e preserva a cultura ou faz com que a comunidade sofra uma perda de identidade? Na verdade, o acesso para essa prática, quando feita com um planejamento voltado para o turismo sustentável, pode preservar sim a cultural local, e ainda fortalecê-la. A tradição pode ser “modernizada”, mas mantida. Barretto (2004, p. 32), afirma que:

desde a década passada, que o turismo estimulava a existência e a reabilitação de sítios históricos, construções e monumentos, por meio de sua transformação em recursos recreacional, e que também propiciava a revitalização de atividades tradicionais de áreas em declínio, a redescoberta de sítios com propriedades específicas e de cidades históricas, estimulando a transformação de antigas habitações em acomodações turísticas, mantendo a estrutura e as características tradicionais.

Ou seja, muitas comunidades resgataram seus patrimônios através da implantação do turismo no local, seja na área de lazer, seja na área cultural. Mesmo aquelas que sofreram alterações devido ao avanço tecnológico, mas mantiveram a cultura original, puderem “restaurar” suas tradições. Mas tem que deixar claro, que isso deu e dará certo por ter um planejamento, por se tratar de turismo sustentável, pois esse abrange medidas que desenvolve a economia local, abre portas para investimentos externos, mas também inclui a comunidade. Caso contrário, as probabilidades de não dar certo é quase de 100%.

Surge então a “turismificação”, o ato de usar o turismo para desenvolver um determinado local, sócio-economicamente; ou seja, é a venda do espaço

(BARBOSA, 2001, p. 83). Existem alguns casos no Brasil de como foi importante essa “turismificação” de alguns itens culturais, como as Cidades Históricas de Minas Gerais, as Rendeiras de Florianópolis, Olinda em Pernambuco, entre outros.

Percebe-se, então, que essa “turismificação”, segundo Rodrigues (2001, p.15) fez com que “o turismo cultural, tal qual o concebemos atualmente, implicasse não apenas a oferta de espetáculos ou eventos, mas também a existência e preservação de um patrimônio cultural representado por museus, monumentos e locais históricos”.

Assim, unir turismo cultural com sustentabilidade torna o local um grande atrativo, favorecendo-o economicamente, socialmente e preservando o patrimônio cultural, seja material ou imaterial.

CAPÍTULO II – Brasília: um não-lugar?

Brasília surgiu de um sonho ou visão de Dom Bosco. Foi construída durante o governo de Juscelino Kubitschek, com projetos inovadores e modernos para a época, de Lúcio Costa, Oscar Niemeyer e Burle Marx.

De um sonho original, encantada visão de Dom Bosco, santo italiano de nome João, nasceu Brasília. Destino erigido no coração do país, lapidado em aço, vidro, mármore, concreto. Fruto esplêndido da fé, da crença e da determinação de um homem singular. Juscelino Kubitschek, presidente do Brasil, que transformou a premonição em testemunho e monumento ao alvorecer de uma diversa, e melhor, humanidade. (SETUR – DF, 2006)

Por não ter tido uma formação “normal” de uma cidade, Brasília criou duas visões a seu respeito: um não-lugar ou um lugar em processo de formação de identidade.

De acordo com Gastal e Moesch (2004, p. 40) “lugar é construído através de relações horizontais para o interior da comunidade, e o não-lugar é fruto do peso vertical do poder que participa da economia global e dispões de bons lobbys do ponto de vista político”. Ou seja, o lugar cresce de acordo com a comunidade querendo cada vez mais se unificar, daí as relações horizontais. Já o não-lugar cresce à medida de acúmulos ou acréscimos de poder, tendo uma visão política e econômica e não social.

O lugar não se refere somente a um sítio, um espaço habitado por uma população, mas também a um encontro geográfico, como de relevos e hidrografias. Mas na visão de sítio, o lugar possui uma base, um vínculo de ter sido construído “desde o chão” (GASTAL e MOESCH, 2004, p. 38-39).

Já o não-lugar, para Barbosa (2004, p. 40), é como “um ícone na semiologia constitui um signo que apresenta relação de semelhança, um espaço icônico reproduz a aparência de um mundo real. [...] mas ele só existe na aparência, é na realidade um simulacro, ou um não-lugar”.

É como se fosse uma foto de algum lugar que já existe ou que alguém fantasiou. Um imitador de aparências, e talvez de sentidos como paladar e olfato, mas não de sentimentos de participar da cultura local, ou de vivenciar a história real. Ou seja, não-lugar é um lugar que não pode se definir com referências de identidades, nem como de relações e nem como histórico (BARBOSA, 2001, p. 56).

Barbosa (2001, p. 64), ainda cita um conceito utilizado por Augé (1999, p. 145) de não-lugar:

O não-lugar é o espaço dos outros sem a presença dos outros, o espaço constituído em espetáculo, o próprio espetáculo já apreendido nas palavras e nos estereótipos que comentam de antemão na linguagem convencionada do folclore, do pitoresco ou da erudição.

O conceito de não-lugar fica cada vez mais associado à falta de identidade e não no período da formação da própria.

Sabe-se que a rápida construção de Brasília e sua transferência como capital Federal fez com que houvesse um veloz processo de formação social. Isso devido ao grande número de pessoas de todos os estados e de vários países, criando, assim, um “mosaico” de culturas (costumes, tradições, gastronomia, religiões, manifestações, etc.) (SETUR - DF, 2006).

Surge então a cidade carismática e acolhedora:

Carismática, nasceu Brasília sob um signo específico. O do acolhimento. Da convergência. Mulheres e homens de confissões de fé diversas que se deslocaram – norte e do sul, do nordeste e do sudeste – na década de 50, do Século XX, para dar a vida a uma obra transcendental. Encontro que deu luz a uma sociedade harmônica, contemporânea e, ao mesmo tempo, religiosa (SETUR - DF, 2006).

Essa afirmação gera um conflito, pois muitas pessoas que moram ou que já viveram em Brasília, evidenciam justamente o contrário, que a cidade é extremamente fria, no qual as pessoas não conhecem seus próprios vizinhos. Diante desse conflito, surge um questionamento: qual é a identidade de Brasília?

Brasília é a capital do país. E como essa, exerce uma função primordial: administrativa. Ao se tornar capital, recebeu em seu território, privilégios e honras de uma sede de governo da República, serviços federais, autarquias, representações diplomáticas, entre outros. Ou seja, se tornou uma cidade política (ASMAR, 2000, p. 16).

No começo, depois de ser inaugurada, Brasília era somente um local para fazer política, assim como descreve Asmar (2000, p. 127):

Nem por estar inaugurada Brasília está com habitantes fixos. Os que chegam, parlamentares, ministros e juizes do Judiciário, ministros do próprio Executivo, além da maior parte dos funcionários mais graduados sempre voltam às origens, nos fins-de-semana. É como se viessem cumprir expediente e voltassem para casa.

Para mudar essa situação sugeriram atitudes como financiamento da casa própria e mais construção de prédios e urbanização nas cidades satélites, a fim de

acabar com o problema residencial; recomendou-se também a transferência de órgãos da Administração Federal que ainda se encontravam na antiga capital; e rapidez nas construções e conservação das rodovias e ferrovias que ligavam Brasília às demais cidades; além do fomento do turismo para a cidade; entre outros (ASMAR, 2000, p. 148).

Desde então, a característica marcante de Brasília é a política. O fato se evidencia após a percepção de que “o turismo cria os mitos e símbolos e os transforma em objetos de consumo” (BARBOSA, 2001 p. 38). Seguindo a idéia de Barbosa, Brasília pode ser um alvo da criação de mitos, uma vez que pode ser considerada:

[...] uma cidade totalmente construída com idéias modernistas. O valor do seu plano urbanístico e de seus monumentos faz com que Brasília seja um marco mundial da arquitetura e urbanismo modernos. Assim, a Capital do Brasil foi o primeiro núcleo urbano, construído no século XX, considerado digno de ser incluído na lista de bens de valor universal, recebendo o título de Patrimônio Cultural da Humanidade, em 1987, pela UNESCO.

Porém, sua identidade ainda não está formada. E sabe-se que sua formação é contínua e evolutiva. Asmar (2000, p. 155), percebe isso claramente, quando cita que “é da essência urbana a ilimitada implementação, particularmente em metrópole moderna, cuja índole recarrega exigências de ajustes à própria evolução”. Logo, a identidade de metrópole ou de capital vai ser assimilada pela comunidade com o tempo. Por mais planejada que fosse Brasília, as pessoas não eram conscientizadas, criando uma resistência para habitá-la.

Com o tempo o problema residencial foi resolvido, os anos foram passando e cada vez mais pessoas se interessavam em vir morar em Brasília. Porém, a formação de sua identidade não foi definida, permanecendo a imagem da política, imagem essa que motiva o turismo cívico, de eventos e de negócios, na atualidade. Segundo Barbosa (2001, p. 56), o turismo tem trabalhado muito com a construção de imagem, ou seja, “o turismo, agora muito mais uma indústria, uma indústria do mito, envolve muitas organizações na criação da sua imagem, desde o pequeno hoteleiro às grandes companhias aéreas, todos participam da idealização da imagem turística”.

Logo, o turismo envolve desde a criação da imagem até empresas de serviços turísticos ou outros tipos de serviços, gerando uma grande movimentação de capital. Contudo, esse tipo de turismo voltado para imagem pode estar

convertendo o local em um não-lugar, ou estar trabalhando com o próprio, assim fortalecendo-o. Mas a grande atração dos turistas por um não-lugar é exatamente ser algo falso, focando sua motivação pela imagem. Mas para Gastal e Moesch (2004, p. 36) o envolvimento do não-lugar e o turismo é de grande importância, não ultrapassando os limites da cultura do local ou do produto. Ou seja, ter um não-lugar sem afetar a cultura, como é o caso de um museu no Japão que é visitado por turistas de todo mundo por possuir só réplicas de grandes quadros e esculturas. A princípio, o museu não afeta na cultura chinesa, somente atrai turistas para o local (BARBOSA, 2001, p. 65).

Não se pode relacionar Brasília como um não-lugar, nem da visão de falta de identidade, nem na visão do turismo, pois em ambas, a cidade possui história e relações. Entretanto, não se pode afirmar, também, que Brasília tem uma identidade, mas sim que está em processo de sua formação.

CAPÍTULO III – Resultados da Pesquisa

A pesquisa foi desenvolvida para que fosse possível analisar a identidade cultural de Brasília. Com base nas informações recolhidas, percebe-se que há um grande vínculo da identidade de Brasília com a política e sua construção. Uma cidade criada, construída em poucos anos, habitada rapidamente e que abrigou várias culturas. Sua construção é marcada principalmente pela localização (planalto central, no interior do país, no cerrado), seu formato inusitado de um avião, e sua rapidez de desenvolvimento.

Quando se questionou o que referencia Brasília, monumentos como Congresso Nacional, Memorial JK, Torre de TV e Praça dos Três Poderes, foram citados como símbolos da cidade. Isso, devido à grande participação da política brasileira na capital, que foi considerada pelos entrevistados com a principal marca da identidade de Brasília. A política predomina mais ainda por Brasília não possuir uma memória coletiva, já que grande parte da população vem, ou veio de outros estados. Com isso foram infiltradas na cidade várias culturas, criando um processo de aculturação.

Quando se trata da memória coletiva refere-se à construção em si da cidade, aos candangos - os pioneiros que saíram de suas cidades natais para trabalhar na construção de Brasília –, das cidades vizinhas, como Planaltina. Os candangos passaram o legado para seus filhos e netos, mas essa história se restringe apenas a eles, e muitas vezes, os próprios não dão valor. Há uma valorização dos monumentos e tradições envolvidas com a política, como o Palácio da Alvorada, Palácio do Planalto, Congresso Nacional, Catedral, Panteão da Pátria, Palácio Itamaraty, Supremo Tribunal Federal, entre outros.

Além da questão política, foram citados pelos entrevistados como costumes ou tradições de Brasília, itens interessantes como os churrascos nos clubes aos finais de semana, passeio no Eixão aos domingos e manifestações sociais. Esses costumes estão relacionados a Brasília, e juntamente com eles, o tradicional desfile de 7 de Setembro, que ocorre todo ano. Alguns desses costumes e tradições já se tornaram atrativos turísticos, e outros podem vir a ser.

Foi percebido que, para o público entrevistado, um dos principais turismos praticado em Brasília é o Turismo Cívico, justamente por estar relacionado com a política. O roteiro inclui todos os monumentos presentes no Eixo Monumental e a

parte residencial do Presidente da República. Mas muitos turistas se preparam para ver o desfile de 7 de Setembro, aproveitando para conhecer a cidade. Para alguns entrevistados, outro tipo de atrativo que acaba englobando o turismo são as manifestações sociais, que atraem muitos participantes que não conhecem Brasília.

A lenda mais identificada foi a visão de Dom Bosco. Em 30 de Agosto de 1883, Dom Bosco visualizou uma cidade construída entre o paralelo 15° e 20°. Através dessa visão, Juscelino Kubitschek e Israel Pinheiro foram atrás de realizá-la, apresentando-a para o Governador de Goiás e para o Prefeito de Goiânia. Essa lenda proporcionou que a cidade oferecesse o segmento de turismo religioso e/ou místico. Não há muitas manifestações culturais e tradicionais, mas turistas interessados em percorrem um roteiro religioso, passando por igrejas como a Catedral, Santuário Dom Bosco, a Ermida Dom Bosco, Igreja Nossa Senhora de Fátima (Igrejinha), Templo da Boa Vontade, entre outros. Já o roteiro místico abrange o Vale do Amanhecer, Cidade da Paz, Templo Budista da Terra Pura, Chapada dos Veadeiros, entre outros.

Analisando os dados coletados, percebe-se que Brasília está diretamente vinculada à política, tanto em seus atrativos físicos como culturais. E os poucos costumes não vinculados à política não têm muitas perspectivas para o turismo, no ponto de vista dos entrevistados, como os passeios aos domingos no Eixão. Assim, restringindo Brasília a uma única imagem: a política.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observando todo o exposto no decorrer deste trabalho, destaca-se que o objetivo do estudo foi atingido. Através da análise das informações foi constatado que Brasília sofre um processo de aculturação, ou seja, está em processo de formação de identidade.

Brasília, uma cidade nascida pronta para receber seus habitantes e conseqüentemente suas culturas, tornou-se o berço da política por não ter outros atrativos. Sua imagem é sempre referenciada àqueles que trabalham nela e que fazem dela um mero escritório. Foi criada para ser acolhedora, porém, com excesso de cultura, informação e trabalho ao mesmo tempo, sofreu um choque, tornando-se uma cidade fria, na qual vizinhos de porta não se conhecem. Há outros fatos, costumes, características, que fogem da identidade política, como os passeios no Parque da Cidade ou no Eixão, churrascos nos clubes, barzinhos tradicionais como o Libanus e a Micarêcandanga. Porém, alguns desses itens são conhecidos apenas pelos moradores, pois não há interesse suficiente do Governo Distrital para torná-los atrativos turísticos. Mesmo com todos esses prós e contras, Brasília é, também, referência na arquitetura e paisagismo, atraindo muitos estudantes não só do Brasil, como também do mundo inteiro. Conseqüentemente, a Unesco tombou a primeira cidade moderna do mundo como Patrimônio Histórico da Humanidade.

O turismo cívico é um dos mais praticado em Brasília, abrangendo tanto a parte política como a parte urbana. A distribuição planejada das quadras, o formato semelhante ao de um avião e linha moderna da arquitetura também fazem de Brasília um lugar único e atraente (SETUR – DF, 2006).

Tendo em vista o conteúdo dos Capítulos I, II e III verificou-se que Brasília por não ter uma memória coletiva, e por se identificar com o presente, pode estar vivenciando um processo de formação de identidade, já que foi construída para ser o que é, uma imagem do poder federal, imagem que persiste desde sua construção até hoje. Com isso Brasília se conformou com essa característica, sem se destacar muito em outras áreas. Isso não significa que a cidade não possui potencial para os outros segmentos do turismo. Na atualidade, o Governo Distrital percebeu essa falha, tentando investir em outros setores, como o de eventos e de negócio. Realiza, ainda, juntamente com a Chapada dos Veadeiros, roteiros de Ecoturismo.

Como Brasília é uma cidade relativamente nova pode-se observar que não se trata de um não-lugar por não ter identidade, mas sim, está passando por um processo de afirmação cultural. Para chegar a uma formação de identidade cultural é necessário um processo evolutivo e contínuo da memória coletiva e do sentimento de pertencimento da comunidade com o local. Ainda mais quando se tem culturas diversas em um mesmo lugar. Essa aculturação é tão evidente que Brasília não tem um prato típico, ou uma festa tradicional local e de origem candanga. E não ter uma cultura definida não é resultado da não habitação do local antes de ser construída a cidade. Pelo contrário, nessa região viviam não só fazendeiros, como índios e sertanejos. Porém com o surgimento da capital, essas culturas foram simplesmente excluídas.

Para a melhora desse pré-conceito, de que Brasília só é política, é necessário muito investimento, tanto do Governo Distrital como de empresas privadas em outros segmentos do turismo, como o turismo cultural. No entanto, somente esse procedimento não garantirá uma identidade imediata de Brasília, porém, com o tempo, quando a comunidade se identificar verdadeiramente com sua história, tal pré-conceito poderá ser eliminado.

Este trabalho mostra a relevância da identidade para uma comunidade e principalmente para o turismo. E ainda, a importância do patrimônio, tanto material como imaterial, para a preservação da memória e consequentemente da identidade local. Podendo tornar assim, o local viável para a prática do turismo.

Sobre as dificuldades encontradas para a realização do estudo, destacam-se o pouco acesso de referências bibliográficas sobre a formação da identidade de Brasília e de conceitos de não-lugar, e mais dados sobre o turismo cultural em Brasília. Sendo assim, este trabalho será uma referência para futuras pesquisas que envolvam esse tema.

REFERÊNCIAS

Livros

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 2002.

ASMAR, José. **O legislador da construção da Brasília: as leis e a liderança de Emival Caiado que garantiram a Nova Capital da República**. Goiânia: Kelps, 2000.

BARBOSA, Ycarim Melgaço. **O despertar do turismo: um olhar crítico sobre os não-lugares**. São Paulo: Aleph, 2001.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento**. 5. ed. Campinas: Papyrus, 2004.

GASTAL, Susana; MOESCH, Marutschka Martine. **Um outro turismo é possível**. São Paulo: Contexto, 2004.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. Et al. **Publicação do departamento de patrimônio histórico e artístico do DF/SC/GDF**, Brasília, n. 03, p. 02, nov. 1996.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 12 ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

PIRES, Mário Jorge. **Lazer e turismo cultural**. São Paulo: Manole, 2001.

RODRIGUES, Marly. Preservar e consumir: o patrimônio histórico e o turismo. In: FUNARI, Pedro Paulo Abreu; PINSKY, Jaime (Org). **Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Contexto, 2001.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2003.

YÁZIGI, Eduardo. **A alma do lugar: turismo, planejamento e cotidiano em litorais e montanhas**. São Paulo: Contexto, 2001.

Sites

SECRETARIA DE TURISMO DO DISTRITO FEDERAL, disponível em: www.setur.df.gov.br. Acesso em: setembro de 2006.

UNESCO, disponível em: www.unesco.org.br. Acesso em: setembro de 2006.

IPHAN, disponível em: www.iphan.gov.br. Acesso em: setembro de 2006.

APÉNDICES

APÊNDICE A - Modelo do Questionário

ROTEIRO DE ENTREVISTA

- 1. O que é mais importante na história de Brasília?**
- 2. Qual é a marca da identidade que você tem de Brasília?**
- 3. Qual evento ou monumento que você considera referencial de Brasília?
E por quê?**
- 4. Você conhece alguma tradição, lenda, costume de Brasília?**
- 5. Você acha que esses costumes têm como se tornarem atrativos turísticos? Como?**

ANEXOS

ANEXO A**Constituição Federal Brasileira a respeito da preservação do Patrimônio**

Art. 24. Compete à União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre:

I - direito tributário, financeiro, penitenciário, econômico e urbanístico;

II - orçamento;

III - juntas comerciais;

IV - custas dos serviços forenses;

V - produção e consumo;

VI - florestas, caça, pesca, fauna, conservação da natureza, defesa do solo e dos recursos naturais, proteção do meio ambiente e controle da poluição;

VII - proteção ao patrimônio histórico, cultural, artístico, turístico e paisagístico;

VIII - responsabilidade por dano ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico;

IX - educação, cultura, ensino e desporto;

X - criação, funcionamento e processo do juizado de pequenas causas;

XI - procedimentos em matéria processual;

XII - previdência social, proteção e defesa da saúde;

XIII - assistência jurídica e Defensoria pública;

XIV - proteção e integração social das pessoas portadoras de deficiência;

XV - proteção à infância e à juventude;

XVI - organização, garantias, direitos e deveres das polícias civis.

§ 1º - No âmbito da legislação concorrente, a competência da União limitar-se-á a estabelecer normas gerais.

§ 2º - A competência da União para legislar sobre normas gerais não exclui a competência suplementar dos Estados.

§ 3º - Inexistindo lei federal sobre normas gerais, os Estados exercerão a competência legislativa plena, para atender a suas peculiaridades.

§ 4º - A superveniência de lei federal sobre normas gerais suspende a eficácia da lei estadual, no que lhe for contrário.

Seção II DA CULTURA

Art. 215. O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.

§ 1º - O Estado protegerá as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional.

§ 2º - A lei disporá sobre a fixação de datas comemorativas de alta significação para os diferentes segmentos étnicos nacionais.

§ 3º A lei estabelecerá o Plano Nacional de Cultura, de duração plurianual, visando ao desenvolvimento cultural do País e à integração das ações do poder público que conduzem à:

- I defesa e valorização do patrimônio cultural brasileiro;
- II produção, promoção e difusão de bens culturais;
- III formação de pessoal qualificado para a gestão da cultura em suas múltiplas dimensões;
- IV democratização do acesso aos bens de cultura;
- V valorização da diversidade étnica e regional.

Art. 216. Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:

- I - as formas de expressão;
- II - os modos de criar, fazer e viver;
- III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas;
- IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;
- V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

§ 1º - O Poder Público, com a colaboração da comunidade, promoverá e protegerá o patrimônio cultural brasileiro, por meio de inventários, registros, vigilância, tombamento e desapropriação, e de outras formas de acautelamento e preservação.

§ 2º - Cabem à administração pública, na forma da lei, a gestão da documentação governamental e as providências para franquear sua consulta a quantos dela necessitem.

§ 3º - A lei estabelecerá incentivos para a produção e o conhecimento de bens e valores culturais.

§ 4º - Os danos e ameaças ao patrimônio cultural serão punidos, na forma da lei.

§ 5º - Ficam tombados todos os documentos e os sítios detentores de reminiscências históricas dos antigos quilombos.

§ 6º É facultado aos Estados e ao Distrito Federal vincular a fundo estadual de fomento à cultura até cinco décimos por cento de sua receita tributária líquida, para o financiamento de programas e projetos culturais, vedada a aplicação desses recursos no pagamento de:

- I - despesas com pessoal e encargos sociais;

II - serviço da dívida;

III - qualquer outra despesa corrente não vinculada diretamente aos investimentos ou ações apoiados.

ANEXO B
Estudo do IPHAN sobre Brasília