



Universidade de Brasília
Instituto de Ciências Humanas
Departamento de Geografia
Programa de Pós-Graduação em Geografia

O USO DO TERRITÓRIO E SUAS HOMOGENEIZAÇÕES E HETEROGENEIZAÇÕES NA POLÍTICA DE TURISMO NA REGIÃO TURÍSTICA DE BRASÍLIA

Diogo Diniz de Sousa
Dissertação de Mestrado

Brasília-DF
Fevereiro de 2018



Universidade de Brasília
Instituto de Ciências Humanas
Departamento de Geografia
Programa de Pós-Graduação em Geografia

O USO DO TERRITÓRIO E SUAS HOMOGENEIZAÇÕES E HETEROGENEIZAÇÕES NA POLÍTICA DE TURISMO NA REGIÃO TURÍSTICA DE BRASÍLIA

Diogo Diniz de Sousa

Orientação: Neio Lúcio de Oliveira Campos

Dissertação de Mestrado

Brasília-DF
Fevereiro de 2018



Universidade de Brasília
Instituto de Ciências Humanas
Departamento de Geografia
Programa de Pós-Graduação em Geografia

O USO DO TERRITÓRIO E SUAS HOMOGENEIZAÇÕES E HETEROGENEIZAÇÕES NA POLÍTICA DE TURISMO NA REGIÃO TURÍSTICA DE BRASÍLIA

Nome do Autor: Diogo Diniz de Sousa

Dissertação de Mestrado submetida ao Departamento de Geografia da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Mestre em Geografia, na área de concentração Produção do Espaço Urbano, Rural e Regional.

Neio Lúcio de Oliveira Campos – Orientador. Doutor, Universidade de Brasília.

Marília Steinberger. Doutora, Universidade de Brasília.

Luiz Carlos Spiller Pena. Examinador externo. Doutor, Universidade de Brasília.

Brasília-DF, Fevereiro de 2017.

FICHA CATALOGRÁFICA

SOUSA, Diogo Diniz de.

O uso do território e suas homogeneizações e heterogeneizações na política de turismo na Região Turística de Brasília /
Diogo Diniz de Sousa. – 2018.

119 p. (UnB – GEA, Mestre, Produção do Espaço Urbano, Rural e Regional, 2018).

Dissertação de Mestrado – Universidade de Brasília – Departamento de Geografia

Orientação: Professor Dr. Neio Lúcio de Oliveira Campos

1. Uso do território 2. Homogeneização e heterogeneização do território
3. Política de Turismo 4. Região Turística de Brasília

I. UnB – GEA

II. Título (Série)

É concedida à Universidade de Brasília permissão para reproduzir cópias desta dissertação e emprestar ou vender tais cópias somente para propósitos acadêmicos e científicos. O autor reserva outros direitos de publicação e nenhuma parte desta dissertação de mestrado pode ser reproduzida sem a autorização por escrito do autor.

Autor – Diogo Diniz de Sousa

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, meus agradecimentos vão para a minha mãe e, em nome dela, estendo a todos os meus familiares, amigos e colegas que mesmo na ausência em encontros, festas e comemorações, entendiam o meu não comparecimento e ainda assim me apoiaram e torciam para a concretização desta dissertação.

Também estendo os meus eternos agradecimentos ao meu orientador, Prof. Neio, que além de me orientar, foi um educador: em decorrência da genialidade e complexidade da teoria de Milton Santos, ele teve a paciência de me explicá-la e detalhar-lha, o que me levou a compreender, paulatinamente, parte de seus pensamentos. Também estendo os agradecimentos à Professora Marília Steinberger, ao Professor Fernando Sobrinho e à Professora Nelba Azevedo, que fizeram me aproximar de um olhar geográfico ao decorrer dos semestres e das disciplinas.

Por último, agradeço enormemente à Aline, minha amiga, que me guiou nas duas pesquisas de campo por São Sebastião e, em nome dela, todos os demais entrevistados durante a primeira parte das entrevistas semiestruturadas, bem como os da segunda parte. Sem a compreensão e a disposição do tempo destes, esse trabalho não seria concretizado.

RESUMO

Com o resgate, pelo governo brasileiro, da implantação de políticas públicas, assim como em decorrência do crescimento global da sua importância econômica, o turismo, a partir do início da década de 2000, passou a ter uma grande relevância. No âmbito governamental, no Brasil, foi lançado o Programa de Regionalização do Turismo, que definiu sua base de operação o território e seu uso - com a criação das regiões turísticas. Brasília, como uma das principais cidades turísticas, foi incluída em 2012 nesse Programa e fundada, a partir disso, a Região Turística de Brasília, no mesmo ano. Chancelados por sua instância de governança regional, o CONDETUR, formado pela maioria absoluta de membros do *trade* turístico, foi visto que a implementação das diretrizes do Programa, demonstrados na pesquisa do Relatórios de Gestão da Secretaria de Turismo do Distrito Federal e do Plano de Turismo Criativo, possuíram seu caráter homogeneizador. Consequentemente, ao se homogeneizar uma porção do território, pode haver nuances heterogeneizadoras em outras, percebidas pela manifestação do turismo nessas outras áreas da Região Turística de Brasília, ignoradas por aquelas mesmas diretrizes, por meio de pesquisas de campo e entrevistas semiestruturadas. Foi constatado que o uso do território pelo turismo foi subjugado, pois há turismo nas áreas não retratadas pelos objetivos e as metas do PRT no recorte geográfico da pesquisa, reconhecendo uma heterogeneidade na Região Turística de Brasília. Por fim, é possível estabelecer uma configuração territorial do turismo, com a criação de sub-regiões em decorrência do uso do território.

Palavras-chave: Uso do território. Homogeneização e heterogeneização do território. Programa de Regionalização do Turismo. Região Turística de Brasília.

ABSTRACT

With the resumption by the Brazilian government of the implementation of public policies, as well as due to the global growth of its economic importance, tourism, from the beginning of the 2000s, has become of great relevance. In the governmental sphere, in Brazil, the Tourism Regionalization Program (*Programa de Regionalização do Turismo, in portuguese*) was created, which defined its base of operation the territory and its use - with the creation of tourist regions. Brasília, as one of the main brazilian tourist cities, was included in 2012 in this Program and was founded, from that, the Tourist Region of Brasilia, (*Região Turística de Brasília in portuguese*) in the same year. Retified by its regional governance body, CONDETUR, formed by an absolute majority of members of the tourist trade, it was seen that the implementation of the Program's guidelines, demonstrated in the research of the *Relatório de Gestão da Secretaria de Turismo do Distrito Federal and the Criative Tourism Plan* , had its territory homogenizing (*Homogeneização do território, in portuguese*) character. Consequently, by homogenizing a portion of the territory, there can be territory heterogenizing (*Heterogeneização do território, in portuguese*) nuances, perceived by the manifestation of tourism in other areas of the Tourism Region of Brasilia, ignored by the same guidelines, through field surveys and semi-structured interviews. It was verified that the use of the territory by the tourism was subjugated, since there is tourism in the areas not portrayed by the objectives and the goals of the PRT in the geographic cut of the research, recognizing a heterogeneity in the Tourism Region of Brasilia. Finally, it is possible to establish a territorial configuration (*Configuração territorial, in portuguese*) of tourism, with the creation of subregions as a result of the use of the territory.

Key Words: Use of the territory. Homogeneization and heterogenization of the territory. Tourism Regionalization Program. Brasilia Turistic Region.

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	9
LISTA DE TABELAS	11
LISTA DE GRÁFICOS	12
LISTA DE MAPAS.....	13
LISTA DE ABREVIÇÕES E SIGLAS	14
INTRODUÇÃO	15
1. TURISMO ENTRE A “BOLA DA VEZ” E A HOMOGENEIZAÇÃO	20
1.1. TURISMO COMO A “BOLA DA VEZ”: O GLOBAL-LOCAL	20
1.2. A REGIÃO TURÍSTICA DE BRASÍLIA E SUAS CONTRADIÇÕES	22
1.3. REGIÃO TURÍSTICA DE BRASÍLIA: UMA DISCUSSÃO	23
1.4. O PROCESSO DE HOMOGENEIZAÇÃO DA REGIÃO TURÍSTICA DE BRASÍLIA	25
1.5. O USO DO TERRITÓRIO, PELO TURISMO, NA REGIÃO TURÍSTICA DE BRASÍLIA	31
1.6. MÉTODO DIALÉTICO PARA A ANÁLISE DO PROBLEMA	35
2. AS REGIÕES ADMINISTRATIVAS “TURÍSTICAS”	41
2.1. REGIÕES ADMINISTRATIVAS DO DF: HÁ A MANIFESTAÇÃO DO TURISMO?.....	41
2.2. ONDE O TURISMO SE MANIFESTA DA REGIÃO TURÍSTICA DE BRASÍLIA	46
3. OS OBJETOS TURÍSTICOS NAS REGIÕES ADMINISTRATIVAS	55
3.1. BRAZLÂNDIA	55
3.1.1. FESTA DO MORANGO	56
3.2. CEILÂNDIA	59
3.2.1. FEIRA DA CEILÂNDIA.....	61
3.3. TAGUATINGA	63
3.3.1. FESTA DE PENTECOSTES	65
3.4. GUARÁ	67
3.4.1. FEIRA DO GUARÁ.....	68
3.5. VICENTE PIRES.....	70
3.5.1. FEIRA DO PRODUTOR DE VICENTE PIRES.....	71
3.6. NÚCLEO BANDEIRANTE	73
3.6.1. MERCADÃO DO NÚCLEO BANDEIRANTE	74
3.6.2. MUSEU VIVO DA HISTÓRIA CANDANGA	77
3.7. PARANOÁ	79
3.7.1. AGROBRASÍLIA	81
3.8. PLANALTINA	79
3.8.1. MUSEU HISTÓRICO DE PLANALTINA	83
3.8.2. VALE DO AMANHECER	85
3.8.3. CIRCUITO RAJADINHA	87

3.9.SÃO SEBASTIÃO	90
3.9.1. FAZENDA TABOQUINHA	91
3.10. FERCAL	93
3.10.1. FAZENDA CONFIANÇA	93
3.11. SANTA MARIA	94
3.11.1. CACHOEIRA DO TORORÓ	95
4. POR UMA NOVA POLÍTICA DE TURISMO NO DF	97
4.1.SUBREGIÃO TURÍSTICA – ÁREA TOMBADA	105
4.2.SUBREGIÃO TURÍSTICA – O NORDESTE É AQUI.....	106
4.3.SUBREGIÃO TURÍSTICA – AS FEIRAS DE BRASÍLIA	107
4.4.SUBREGIÃO TURÍSTICA – A CONSTRUÇÃO DE BRASÍLIA	109
4.5.SUBREGIÃO TURÍSTICA – RELIGIOSIDADE E MISTICISMO	110
4.6.SUBREGIÃO TURÍSTICA – ANTES DE BRASÍLIA.....	111
4.7.SUBREGIÃO TURÍSTICA – CINTURÃO VERDE: RURAL E AVENTURA	112
CONSIDERAÇÕES FINAIS	115
REFERÊNCIAS	117
APÊNDICES	121

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 3.1. – Entrada principal da Festa do Morango na edição de 2017	57
FIGURA 3.2. – Estande da Rede Globo na Festa do Morango	58
FIGURA 3.3. – Localização da Feira de Ceilândia na Região Administrativa de Ceilândia	61
FIGURA 3.4. – Fachada Sul da Feira da Ceilândia	62
FIGURA 3.5. – Corredor dos boxes que servem comidas típicas	62
FIGURA 3.6. – Localização do Taguaparque, localidade que recebe a Festa de Pentecostes	64
FIGURA 3.7. – Fotografia aérea da Festa de Pentecostes durante a edição de 2017	66
FIGURA 3.8. – Localização da Feira do Guará na Região Administrativa do Guará	68
FIGURA 3.9. – Estação Feira do Metrô, adjacente a Feira do Guará	69
FIGURA 3.10. – Localização das chácaras e da Feira do Produtor de Vicente Pires	71
FIGURA 3.11. – Estacionamento e a Feira do Produtor de Vicente Pires, ao fundo	72
FIGURA 3.12. – Localização do Museu Vivo da História Candanga e do Mercado do Núcleo Bandeirante na Região Administrativa do Núcleo Bandeirante	74
FIGURA 3.13. – Fachada principal do Mercado do Núcleo Bandeirante	75
FIGURA 3.14. – Restaurante do Campos	76
FIGURA 3.15. – Casario pertencente ao Museu Vivo da História Candanga	78
FIGURA 3.16. – Forma do Museu Histórico de Planaltina	84
FIGURA 3.17. – Calendário dos eventos no Vale do Amanhecer para o segundo semestre de 2017	86
FIGURA 3.18. – Preparação do início do ritual do Batizado	87
FIGURA 3.19. – Identificação das chácaras que compõem o Circuito Rajadinha	88
FIGURA 3.20. – Ponte suspensa da trilha de arvorismo da Fazenda Taboquinha	92
FIGURA 4.1. – Configuração territorial da subregião turística da área tombada, com os principais objetos turísticos dispostos no território	105
FIGURA 4.2. – Configuração territorial da subregião turística – O Nordeste é aqui, com os principais objetos turísticos dispostos no território	107
FIGURA 4.3. – Configuração territorial da subregião turística – Feiras de Brasília, com os principais objetos turísticos dispostos no território.....	108

FIGURA 4.4. – Configuração territorial da subregião turística – A construção de Brasília, com os principais objetos turísticos dispostos no território	109
FIGURA 4.5. – Configuração territorial da subregião turística – Religiosidade e Misticismo, com os principais objetos turísticos dispostos no território	110
FIGURA 4.6. – Configuração territorial da subregião turística – Antes da capital, com os principais objetos turísticos dispostos no território	111
FIGURA 4.7. – Configuração territorial da subregião turística – Cinturão Verde, com os principais objetos turísticos dispostos no território	114

LISTA DE TABELAS

TABELA 1.1. – Instituições com assentos no CONDETUR no ano de 2017.....	28
TABELA 2.1. – Instituições analisadas que representam a lógica do Estado, a lógica do capital e parte da lógica da necessidade em cada grupo de Regiões Administrativas	43
TABELA 2.2. – Objetos turísticos dispostos no território, segundo os atores que usam o território em decorrência das lógicas do Estado, do capital e da necessidade, no grupo de Regiões Administrativas do Distrito Federal	53

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1.1. - Aumento nos números de turistas internacionais, no período entre os anos de 2003 a 2013, em nível mundial	20
GRÁFICO 1.2. - Desembarques em vôos nacionais e internacionais no Brasil, no período entre os anos de 2003 a 2013	21

LISTA DE MAPAS

MAPA 2.1. – Regiões Administrativas que estão dentro da zona “patrimônio mundial da humanidade” e da área tombada	45
MAPA 2.2. – Regiões Administrativas onde se manifesta ou não o uso do território do território	52
MAPA 3.1. – Áreas urbanas e rurais e a localização do PAD-DF na Região Administrativa de Brazlândia e a localização da Festa do Morango	56
MAPA 3.2. – Áreas urbanas e rurais da Região Administrativa de Ceilândia	59
MAPA 3.3. – Áreas urbanas e rurais e a localização do PAD-DF na Região Administrativa do Paranoá	80
MAPA 3.4. – Localização das áreas urbanas e rurais e a na Região Administrativa de Planaltina, bem como do Núcleo Rural Rajadinha	83
MAPA 3.5. – Localização das áreas urbanas e rurais na Região Administrativa de São Sebastião, bem como da Fazenda Taboquinha	91
MAPA 3.6. – Localização das áreas urbanas e rurais na Região Administrativa de Santa Maria, bem como da Cachoeira do Tororó	95
MAPA 4.1. – Subregiões turísticas da Região Turística de Brasília	104

LISTA DE ABREVIACÕES E SIGLAS

- ABARE - Associação Brasileira das Agências de Turismo Receptivo
ABAV-DF - Associação Brasileira de Agências de Viagem do Distrito Federal .
ABIH-DF - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Distrito Federal
ABLA - Associação Brasileira de Locadoras de Automóveis
ABRASEL-DF - Associação Brasileira de Bares, Restaurantes e Similares no Distrito Federal
ABCMI - Associação Brasileira dos Clubes da Melhor Idade
ACDF - Associação Comercial do Distrito Federal
ADVB - Associação dos Dirigentes de Vendas e *Marketing* do Brasil
BRASÍLIATUR - Empresa Brasiliense de Turismo
CNT - Conselho Nacional de Turismo
CONDETUR - Conselho de Desenvolvimento de Turismo do Distrito Federal
EMATER-DF - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Distrito Federal
EMBRATUR - Empresa Brasileira de Turismo (até 2002)
Instituto Brasileiro de Turismo (pós-2002)
FECOMERCIO-DF - Federação do Comércio do Distrito Federal
FIBRA - Federação das Indústrias do Distrito Federal
IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
MTur - Ministério do Turismo
OMT - Organização Mundial do Turismo
PNMT - Programa Nacional de Municipalização do Turismo
PNT – Plano Nacional de Turismo
PRT - Programa de Regionalização do Turismo
PSB - Partido Socialista Brasileiro
PT - Partido dos Trabalhadores
RA - Região Administrativa
RIDE - Região Integrada de Desenvolvimento Econômico do Distrito Federal e Entorno
RURALTUR-DF - Sindicato de Turismo Rural e Ecológico do Distrito Federal
SEBRAE-DF - Serviço Brasileiro de Apoio às Pequenas e Médias Empresas
SINDETUR-DF - Sindicato das Empresas de Turismo do Distrito Federal
SINDEVENTOS - Sindicato das Empresas de Promoção, Organização, Produção, Montagem de Feiras, Congressos e Eventos do Distrito Federal.
SINDHOBAR-DF - Sindicato dos Empregadores no Comércio Hoteleiro, Restaurante, Bares e Similares do Distrito Federal.

INTRODUÇÃO

O turismo começou a ser pensado, como política pública, a partir da década de 1940, com um crescimento paulatino do turismo de massa e, conseqüentemente, com os impactos no território (BENI, 2006). Isso pode ser explicado pela realidade da escala global, elucidada pelo período de expansão econômica do pós-guerra e a conquista de direitos trabalhistas nos países ocidentais, sobretudo o direito a férias remuneradas. Isso reverberou também na realidade brasileira, tanto no quantitativo de turistas, tanto na criação de equipamentos e serviços, tanto na ação do Estado no turismo, o que culminou, em 1966, na criação da EMBRATUR, o primeiro órgão de turismo para organizar e implantar as políticas públicas federais.

Essas políticas, devido ao regime militar, eram centralizadas no Rio de Janeiro, onde, primeiramente, tinham duas competências principais: o *marketing* do Brasil no exterior, com fins turísticos, e a estruturação – como a criação, refuncionalização e a manutenção – dos objetos usados pelo turismo no território, como Parques Nacionais, hotéis e aeroportos. Durante a era do “Milagre Econômico”, que perdurou até 1975, houve uma consolidação da instituição e do próprio turismo, que eram, acima de tudo, uma forma de propaganda do governo vigente, bem como um potencializador de índices econômico-sociais, como a geração de renda e de empregos (EMBRATUR, 2016).

Com a Crise do Petróleo e a crise fiscal brasileira, a partir de 1975, o país, assim como o capitalismo global, passaram por recessões econômicas. Nesse período, segundo Schmidt (1999), houve uma diminuição do tamanho da força estatal no “fazer” e um maior foco na “recuperação da estabilidade”, o que não afetou, de certa forma, as funções da EMBRATUR e do próprio turismo, sendo estas otimizadas, no tocante a sua rápida absorção de setores da economia e a capacidade de geração de salários e empregos. Com a crise do regime militar e a ascensão do regime neoliberal, já no início dos anos 1990, o turismo adquire uma nova roupagem: descentraliza-o, com o enxugamento da capacidade do Estado de agir sobre o mesmo, por meio de regulação e construção e manutenção de políticas públicas, e inserem-se novos atores, sobretudo da iniciativa privada. Essa base permaneceu durante toda Década de 1990 e do início da Década de 2000, onde a EMBRATUR teve um papel bastante pequeno sendo, inclusive, rebaixada institucionalmente, sendo uma entidade satélite do Ministério do Esporte e Lazer, durante grande parte do Governo Fernando Henrique Cardoso (SOUSA, 2015). Nesse período, foi criado o PNMT – Programa

Municipalização do Turismo, onde o PRT deixaria de ter um caráter federal e passaria a ter um caráter municipal, com base na dinâmica das cidades e de suas necessidades.

A partir de 2003, segundo Steinberger (2013), houve a retomada de políticas públicas, sobretudo espaciais, explicada pela diminuição das forças neoliberais no contexto econômico-social, bem como a conquista democrática de alguns partidos com vieses progressistas, na maioria dos países da América Latina, das chefias de governo de seus respectivos países. Com isso, aceleraram-se a formação e a constituição de políticas públicas. Na área do turismo, criou-se o Ministério do Turismo (MTur) e deu-se outra destinação a EMBRATUR. Esta última passou a ser o responsável pela atuação, no exterior, do *marketing* dos territórios existentes no Brasil para o uso turístico e a primeira pela execução do PRT no Brasil. Mesmo com o argumento de Cruz (2005) de que, durante os anos de 2003 a 2006, a política se norteou e se desdobrou na mesma lógica dos planos de turismo da década de 1990, é inegável a percepção de que o Estado tornou-se protagonista na política de turismo e não somente moderador entre as bases territoriais usadas pelo turismo e a iniciativa privada.

As principais políticas desse período, entre 2003 a 2006, foram elaboradas e centralizadas no I Plano Nacional de Turismo, que tinha a função uma descentralização, com a ação do Governo Federal, mas também dos outros entes federados, bem como a recuperação e construção de objetos turísticos nas principais cidades turísticas (BRASIL, 2007). Esse Plano era estruturado em nove macroprogramas, correspondentes a grandes ações e orientações para a concretização do I PNT. Em seu quarto macroprograma, é disposta a criação do “Programa de Regionalização do Turismo”, onde se criara uma nova instância de governança regional baseada, primariamente, no uso do território, pelo turismo. Assim, foram delimitadas áreas em decorrência desse uso, nomeadas de “regiões turísticas”. A partir de 2007, com a criação e a implantação do II Plano Nacional de Turismo, o Programa de Regionalização do Turismo passou a ter um grande protagonismo, sendo, por muitas vezes, a principal política pública orientadora de todas as ações do Ministério do Turismo.

Além disso, foram implantadas outras ações, como o Salão do Turismo e o Programa de 65 Destinos Indutores, existentes entre 2007 a 2011, que possuíam duas funções: o último destacava e elencava os 65 principais destinos turísticos brasileiros, tornando-os prioritários no repasse de verbas por parte do MTur. Ambas as cidades exerciam uma centralidade em suas regiões turísticas, elencadas devido a quantidade da infraestrutura

básica e turística do turismo, ou seja, dos objetos dispostos no território usados para o turismo e pelos turistas, bem como pelo número do fluxo turístico em tal localidade. O segundo era um evento anual onde as secretarias estaduais expunham seus objetos turísticos para investidores privados.

Nesse contexto, Brasília também surge como um importante destino turístico no Brasil: por ser a Capital Federal, parte dos seus objetos usados pelo turismo no território também estão voltados para eventos, reuniões e negócios, especialmente entre a iniciativa privada e o setor público, sobretudo a União, o que atrai uma quantidade de turistas para o uso da infraestrutura turística. Em 2007, a cidade foi elencada como um dos 65 destinos indutores do turismo no Brasil e, em 2012, foi criada legalmente a sua região turística: a Região Turística de Brasília. Apesar da existência do PRT desde 2004, em Brasília, essa política federal somente foi incorporada à política pública de turismo da localidade no ano de 2012, com a criação e aprovação, por parte do Poder Legislativo local, da Lei 4.883/2012. Com isso, os métodos de sensibilização, mobilização, implementação e revisão do PRT foi implantada na nova região turística criada.

Apesar disso, ao decorrer de sua execução, somente uma parte da área da Região Turística de Brasília fora retratada com a existência do turismo no território. Uma das indagações para o acontecimento disso é que as orientações tomadas pelos atores na localidade homogeneizou as diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo, em Brasília, fragmentando o território, bem como segregando-o. Em consequência da homogeneização, o uso do território passou a ser atrelado aos atores globais, imposto pela prática capitalista globalizada, o que, na prática, rebateu a tese e a concepção do Programa de Regionalização do Turismo, pois o uso do território pode não ter sido percebido e materializado com total exatidão e realidade, mas se desenrolado em decorrência dos interesses dos promotores desse processo.

Entretanto, em contraponto, se há uma homogeneização do território, há consequentemente uma heterogeneização: pode haver usos turísticos, em outras porções do território que corresponde à área da Região Turística de Brasília, que não a retratada pelas ações do PRT, com a existência de fluxos turísticos, bem como objetos turísticos para o uso do território pelo turismo definindo, com melhor exatidão a realidade deste uso para que seja, de fato, respondida: há uma concepção hegemônica que reduz o Programa de Regionalização do Turismo na Região Turística de Brasília e que não reproduz a diversidade do turismo no território? Por isso, deve-se levar a investigar quais as estruturas e os objetos

que recebem turistas na Região Turística de Brasília – localizados fora da delimitação usada pelo PRT – bem como as ações e o fluxo turístico que usam, pelo turismo, esses objetos que estão dispostos no território, sob a ótica de sistematização indissociável desses.

Esse trabalho tem como caminho metodológico a busca de como o processo de homogeneização se deu no território, por meio das alterações e modificações do PRT ao decorrer de sua implementação e gestão. Essa análise pode ser captada através das lógicas dos atores que modificam, usam e alteram o território: a lógica do Estado – e, portanto, os agentes-atores estatais – a lógica do Capital – dos agentes-atores do setor produtivo e do *trade* turístico local – e a lógica das necessidades, ou seja, a lógica híbrida, que não representa nem a primeira e nem a segunda: em suma, da sociedade civil. Esses três grupos têm atores que, por meio de suas intencionalidades, controlavam, deliberavam e delimitavam as diretrizes do PRT na Região Turística de Brasília, onde essas demandas se materializavam no CONDETUR, o Conselho de Desenvolvimento do Turismo do Distrito Federal, que, em tese, representava a instância de governança da gestão local com vistas à descentralização administrativa e à participação popular. Através de pesquisa documental, do Relatório de Gestão e do Plano de turismo criativo do Distrito Federal – este primeiro um compilado com todas as ações do CONDETUR e da própria Secretaria de Turismo durante os anos de 2011 a 2014 e, o último, o Plano que orienta o turismo como política pública partir de 2016 – foi possível apontar quais os discursos, as práticas e as diretrizes usadas por esses atores (e pelas lógicas) do Programa na Região Turística de Brasília e, por fim, como se houve e como se deu esse processo de homogeneização.

Para a visualização do processo de heterogeneização do território, essa pesquisa analisou, primeiramente, as regiões administrativas – os recortes político-administrativos do Distrito Federal – que não estão na zona considerada como “Patrimônio Cultural da Humanidade. Assim, por meio de entrevistas semiestruturadas¹ e pesquisas de campo, foram pesquisadas 13 (treze) grupos de Regiões Administrativas e como as lógicas (do Estado, por meio de representantes das Regiões Administrativas, do Capital, por meio de representantes das Associações Comerciais, e das necessidades, por meio de associação de moradores ou por grupos da sociedade civil em prol do turismo), com fins ao uso turístico do território, reverberam nelas. Assim, esses atores apontaram que há o uso do território, pelo turismo, Administrativas, esse uso turístico no território e que tinham uma dinâmica espacial, ou seja, um sistema de ações e objetos indissociáveis (SANTOS, 1994) em 11 (onze) Regiões

¹ Ver Apêndice, nº 1.

Administrativas: Brazlândia, Ceilândia, Taguatinga, Guará, Vicente Pires, Santa Maria, São Sebastião, Planaltina, Paranoá, Fercal e Núcleo Bandeirante. Os entrevistados também citaram os objetos turísticos que compunham, nas Regiões. Em outra pesquisa de campo, foram feitas outras entrevistas semiestruturadas² com os responsáveis, como os donos ou representantes, por exemplo, e com os turistas frequentadores desses objetos turísticos indicados. A principal razão foi apontar se realmente existia o uso do território pelo turismo na área não-homogeneizada e descrever se as dinâmicas espaciais entre o sistema de objetos e um sistema de ações eram reais, existentes, mas protelado e menosprezado pela implementação e consolidação das diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo na Região Turística de Brasília, podendo possibilitar a criação de uma configuração territorial, ou seja, um estado da arte da realidade dos objetos – turísticos, no caso – sobre o território (SANTOS, 2012 [1988]) do recorte geográfico pesquisado para essa dissertação.

² Ver Apêndice, n° 2.

1. O TURISMO ENTRE A “BOLA DA VEZ” E A HOMOGENEIZAÇÃO

1.1. Turismo como a “bola da vez”: o global-local

Em 24 de abril de 2003, no dia do lançamento do I Plano Nacional de Turismo, o ex-presidente Lula afirmou em seu discurso que em seu governo, o turismo seria a “bola da vez”, onde sozinho seria capaz de gerar 1,2 bilhões de empregos, além da possibilidade de arrecadação de R\$ 8 bilhões em divisas, no período de quatro anos – o tempo de duração do plano. Esse discurso, refletido na fala do então presidente, é atribuído pela importância do turismo naquele momento. Segundo dados da Organização Mundial do Turismo, a década de 2000 representou um aumento de cerca de 60% no turismo internacional, o que classificou a própria entidade a nomear esse aumento como o “boom do turismo mundial”, conforme pode ser visto no *Gráfico 1.1*.

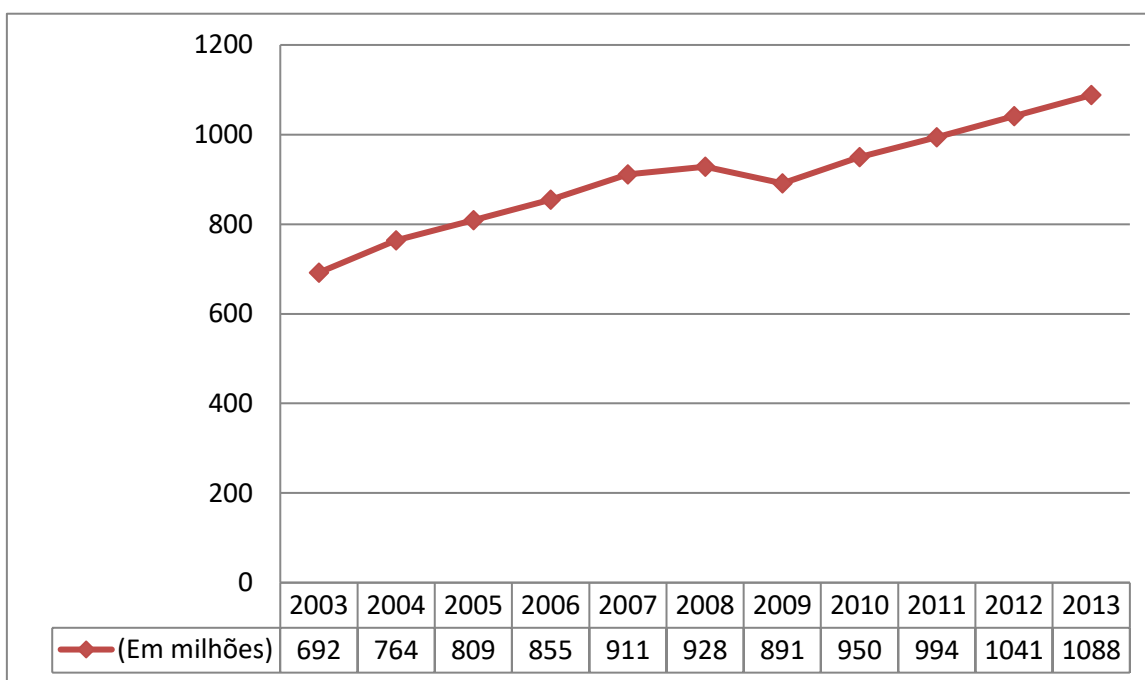


GRÁFICO 1.1 – Quantidade de turistas internacionais, no período entre os anos de 2003 a 2013, em nível mundial.

Fonte: Elaborado pelo autor, com dados da Organização Mundial do Turismo (2017).

Nesse contexto econômico, o turismo passou a ser ao longo da década de 2000, um importante componente nas economias nacionais. Como o Brasil está inserido no sistema capitalista mundial, o turismo, também no país, alcançou números nunca tinham atingidos, conforme o *Gráfico 1.2*, se aproximando a mesma tendência apontada

pelos números do turismo mundial apontados pela OMT.

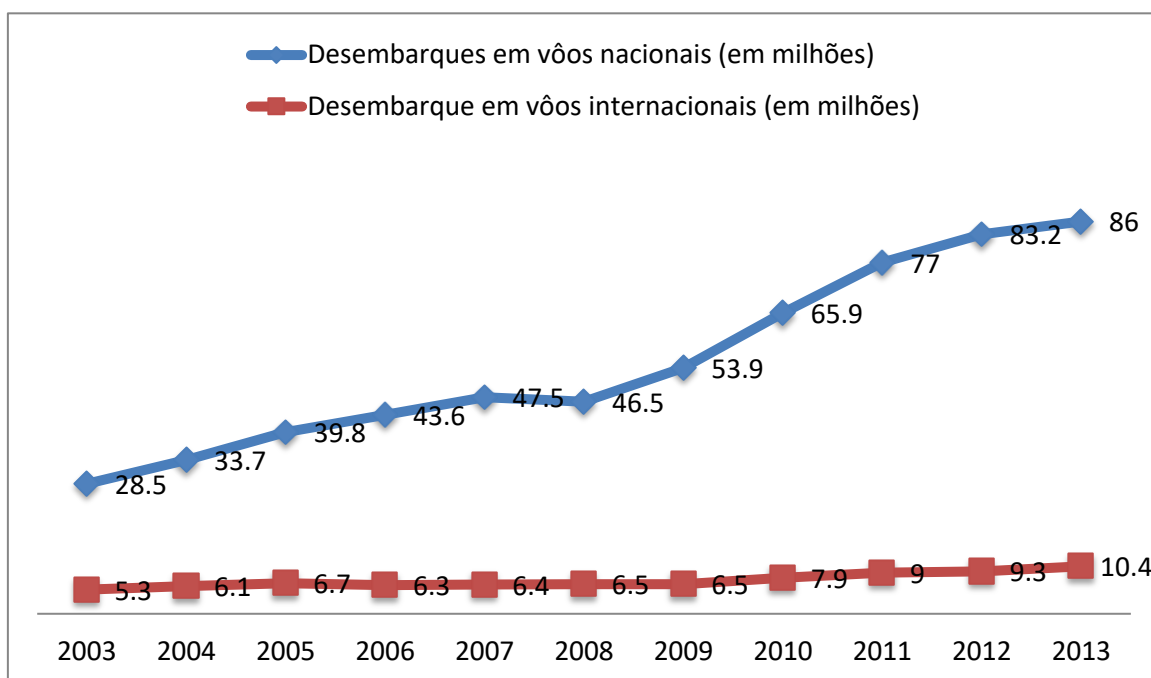


GRÁFICO 1.2 – Desembarques em vôos nacionais e internacionais no Brasil, no modal aeroviário, no período entre os anos de 2003 a 2013.

Fonte: Elaborado pelo autor, com dados do Ministério do Turismo (2017).

Apesar de caracterizar o fluxo usuário apenas do modal aeroviário, contando os vôos regulares e não regulares – fretados – por exemplo, e não haver a mensuração do contingente rodoviário, seja de ônibus ou transporte individual, ignorados até mesmo pelo sistema “Dados e Fatos” do próprio Ministério do Turismo, há uma clara interpretação: que os desembarques no Brasil atingiram números nunca registrados, apesar da pesquisa não distinguir quanto desse contingente se desloca para a prática do turismo, seja no desembarque de vôos estrangeiros ou brasileiros. Mas o fato é que claramente houve uma grande elevação do fluxo turístico ao longo dos primeiros anos da década de 2000, havendo uma subtração durante os impactos da crise de oferta de 2008, mas recuperando-se logo a seguir. Outro dado desse período que corrobora com essa constatação foram os volumes das receitas cambiais do turismo, que segundo o Ministério do Turismo, saíram de US\$ 2,5 bilhões, em 2003, para US\$ 6,5 bilhões de dólares em 2013.

Com esses dados, o turismo pareceu animador e despertou àquela fala de Lula, que não abordou nenhum outro ponto senão o impacto econômico do turismo no território e a geração de emprego, renda e divisas, assim como o seu discurso foi um reflexo da situação

do turismo no contexto global do capitalismo daquele período: a grande expansão fez com que o Estado tivesse que ser protagonista.

1.2. A Região Turística de Brasília: homogeneização e suas contradições

Apesar de ser datado de 2004, o Programa de Regionalização do Turismo em Brasília, como política pública, somente passou a ser adotado a partir do ano de 2011. Até 2010, a gestão do turismo era feita pela extinta BRASILIATUR, que mais se interessava nas questões de promoção de eventos e *marketing* do que a estruturação de Brasília como um destino turístico (CARNEIRO, 2014). A adequação da cidade para o Programa de Regionalização do Turismo só se deu com a regulamentação publicada em 11 de julho de 2012, com a aprovação, pela Câmara Legislativa do Distrito Federal, da Lei 4.883/2012, a Lei de Turismo local. A partir deste momento, foram implementadas duas ações para a consolidação do Programa de Regionalização de Turismo em Brasília e no Distrito Federal:

1. Discussão da uma instância de governança regional;
2. Discussão do que seria uma Região Turística de Brasília.

Segundo a Lei 4.883/2012, a instância regional deveria ser caracterizada, onde “o desenvolvimento do turismo [deve ser feito] por meio de um planejamento estratégico e participativo, envolvendo o setor produtivo do turismo nas discussões em torno dos projetos turísticos prioritários” (DISTRITO FEDERAL, 2012).

A instância de governança regional deveria ter o caráter descentralizado, com participação do setor produtivo local, mas também de entes da sociedade civil que possuía algum vínculo com as atividades turísticas de Brasília. Segundo Sousa (2015), a instância de governança regional nada mais foi do que uma nova roupagem institucional do já existente Conselho de Desenvolvimento de Turismo do Distrito Federal, o CONDETUR. Ele somente foi reconstituído no início de 2011, antes da promulgação da Lei do Turismo do Distrito Federal, com a aprovação, pelos seus membros, a um alinhamento ao Programa de Regionalização de Turismo. Esses membros, trinta e dois no total, são constituídos de representantes do setor produtivo do turismo, 15 deles, de órgãos do próprio Governo do Distrito Federal que compõem 12 lugares no colegiado, e outros 5 assentos pertencem a associações afins ao Turismo, como o Sindicato dos Trabalhadores do Turismo e o Centro de Excelência em Turismo – CET/UnB.

Já a análise do que seria a Região Turística de Brasília foi considerada na 13ª reunião do CONDETUR, em 28 de setembro de 2012, que anunciou uma corroboração programática à política de turismo com a Lei 4.883/2012, estabelecendo a Região Turística de Brasília como a totalidade do Distrito Federal mais os municípios goianos e mineiros que estão na área conhecida como Rede Integrada de Desenvolvimento Econômico, a RIDE.

Outra contradição pode ser encontrada no entendimento dos membros CONDETUR do que seja a Região Turística de Brasília. No Programa de Regionalização do Turismo está exposto que a Região Turística de Brasília se deve ao equivalente do que seja o Distrito Federal, sem nenhuma conexão aparente com os municípios do entorno do DF. O próprio CONDETUR, apesar de se enquadrar, na teoria, à Lei 4.883/2012, escancara um paradoxo quando nenhuns de seus membros pertencem à cadeia produtiva do turismo ou são de representantes das administrações municipais das cidades goianas ao redor do Distrito Federal, bem como do Governo do Estado de Goiás e/ou do Governo do Estado de Minas Gerais. Na ata da 13ª reunião, que alinhou a política de turismo ao PRT, não há uma palavra sequer mencionando as regiões administrativas do Distrito Federal exceto a RA – I, onde estão Esplanada dos Ministérios e o Setor Hoteleiro, bem como o entorno do Estádio Mané Garrincha.

Ao mesmo tempo, deve ser lembrado o esforço entorno da criação do Observatório do Turismo, entre a Secretaria de Turismo do Distrito Federal e o Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília. De um caráter horizontalizado, pesquisou, por meio de pesquisas quali-quantitativas, as condições e a conjuntura do turismo e a realidade dos objetos turísticos não somente na área tombada, mas também nas outras regiões turísticas do Distrito Federal, reconhecendo assim que havia um turismo nessas localidades e inserindo-se nelas para revelar as suas idiossincrasias.

1.3. Região Turística de Brasília: uma discussão

Segundo Gomes (2008):

“Na linguagem cotidiana do senso comum, a noção de região parece existir relacionada a dois princípios fundamentais: o de localização e o de extensão. Ela pode assim ser empregada como uma referência associada à localização e à extensão de um certo fato ou fenômeno, ou ser ainda uma

referência a limites mais ou menos habituais atribuídos à diversidade espacial”.
(Gomes, 2008: 53).

A discussão de região é complexa, sobretudo quando a discute dentro do âmbito do turismo. Para Gomes (2008), há uma diferenciação entre a linguagem do senso comum e a técnica ou especializada do termo “região”. Segundo Teles (2009), devido a essa complexidade e essa difícil conceituação, a região somente pode ser conceituada por uma referência endógena, própria da área a ser delimitada, alinhando, por sua vez, a dinâmica de uso do objeto em tal território e o sujeito que o usa. Com isso, surge uma concepção do que se entende por “região”, onde esta é formada:

“[...] Como uma resposta aos processos capitalistas, sendo a região entendida como a organização espacial dos processos sociais associados ao modo de produção capitalista. Trata-se da regionalização da divisão social do trabalho, do processo de acumulação capitalista, da reprodução da força de trabalho e dos processos políticos e ideológicos.” (Teles, 2009: 17).

As regiões formam, assim, uma espécie de “quebra-cabeças”, onde essas partes ou subporções – delimitadas pela organização da divisão social do trabalho, que se dá na dinâmica entre agentes, atores e objetos – são parte de uma porção geográfica maior, de um todo. Essa complexidade do que se entende por “região” é realidade até mesma na concepção do que seria a “Região turística de Brasília”. Tem-se o conhecimento de três “tipos” de regiões turísticas de Brasília, onde as três são completamente diferentes. A primeira parte da idealização do Programa de Regionalização do Turismo, onde a região foi criada, conforme exposto, na mesma configuração territorial do Distrito Federal. A segunda concepção é a usada pelo Governo do Distrito Federal e a aprovada pela Lei 4.883/2012, a lei de turismo do Distrito Federal, onde é reconhecida como região turística o Distrito Federal, obedecendo aos preceitos do Ministério do Turismo, mas na teoria, também reconhecendo que alguns atrativos turísticos dispostos no território nas cidades vizinhas de Goiás e Minas Gerais, conhecidas como integradas da RIDE, devem ser integrados à mesma região.

A terceira concepção é indagada por Steinberger (2009), onde a concepção da Região Turística de Brasília extrapola as cidades próximas e conceituam que essa região se expanda até a Chapada dos Veadeiros e outras cidades distantes a mais de cem quilômetros do centro da Capital, principalmente devido ao uso desses objetos, que são feitos não só por

brasilienses, mas pessoas que se utilizam Brasília como “pólo distribuidor” de turistas, devido à concentração de infraestruturas, principalmente de meios de acesso.

De fato, o que seria a Região Turística de Brasília? A propagada pelo PRT se assemelha por uma extensão da rede das ofertas e dos objetos do turismo, sem nenhuma sincronia com o uso do território e até mesmo nem com a maioria dos sujeitos nos quais fazem parte de uma mesma estrutura institucional do turismo dentro de um território, fazendo com que a compreensão seja, em grande parte, pequena, simplista e do senso comum. A concepção de Steinberger (2009) está a mais próxima da conceituação geográfica, no qual o território não somente “recebe” o turismo, mas também é partícipe do mesmo.

Por um lado, há uma convergência que há, de fato, o uso do território, pelo turismo e, com isso, uma dinâmica gerada por objetos e sujeitos, criando assim, uma região. Mas ao mesmo tempo, os usos do território são díspares, onde no PRT se delimita a “região” com o esquecimento de outros elementos fundamentais do território, inclusive este próprio. Apesar de reconhecimento da importância dos municípios que compõem a RIDE, a Chapada dos Veadeiros, a cidade de Pirenópolis e Abadiânia, que recebem turistas internacionais e que os fixos e os fluxos delas estão diretamente ligadas à Brasília, suas infraestruturas e seus turistas, seja pela infraestrutura da Capital Federal, seja por grande parte dos turistas dessas localidades serem oriundos de Brasília e suas regiões administrativas, este trabalho parte de uma crítica a partir das perspectivas do Programa de Regionalização do Turismo, tal qual a forma na qual esse PRT foi elaborada pelo Ministério do Turismo. Sendo assim, para esse trabalho, a área será delimitada e entendida a partir da dinâmica entre sujeitos e objetos dentro da delimitação geográfico-administrativa do Distrito Federal.

1.4. O Processo de Homogeneização da Região Turística de Brasília

A homogeneização é um processo global que tem suas origens a partir da década de 1970 e que consolidou-se entre a década de 1980 e 1990. Ela é um desdobramento do sistema capitalista, que, comandado por seus atores hegemônicos, surgiu em decorrência da aceleração e a imposição da globalização. A globalização, segundo SANTOS (2011 [2000]) tem duas características: a unicidade técnica e o motor único. A primeira revela que esse processo de globalização está estritamente ligado às técnicas de informação e à tirania do

dinheiro: por meio deles há a criação de uma técnica única, global, onde o seu domínio deve ser padrão e as técnicas não mais utilizadas são apropriadas para os atores não-hegemônicas. O motor único gira entorno da grande concorrência no sistema capitalista que se consolida após o terceiro quartel do Século XX, onde a competitividade e a produtividade ditam as novas atribuições dos atores hegemônicos e do modo de produção capitalista.

Dada essa complementaridade, para o sistema capitalista e os atores hegemônicos que o controla, é muito mais lucrativo homogeneizar as técnicas para a criação de um padrão onde a eficácia e a eficiência dêem mais resultados positivos do que negativos para esse mesmo sistema e esse mesmo grupo de atores. E isso teve consequências também no uso do território. Bauman (2001) descreve como o capitalismo, ao longo do Século XX, modificou a forma do uso do território. Ele divide em dois momentos: na modernidade pesada, onde as atribuições de uso do território estavam ligadas a uma lógica fordista, na qual a conquista do poder vinha, sobretudo, por uma conquista de territórios – a fábrica mais poderosa era a que tinha a maior disposição na configuração territorial de alguma cidade ou região, o império mais poderoso era o que tinha mais colônias, por exemplo. Na modernidade líquida, por sua vez, modelada a partir do fim da década de 1960, o território é afetado pela lógica da globalização, que, conforme a referência a SANTOS (2011 [2000]) unificou grande parte das técnicas, sobretudo as com incremento tecnológico, e com isso, homogeneizou-se essas mesmas nos territórios e em seus usos.

A partir da década de 1990, é possível observar, com a interpenetração do neoliberalismo no sistema capitalista mundial, a diminuição do tamanho do Estado, privatizações e aumento do investimento privado nos países ditos em desenvolvimento e desenvolvidos, tal qual afirma Piketty (2014), os governos começam a ter outras atribuições: ser flexível aos interesses das empresas globais. Santos (2011[2000]: 67) é enfático quando diz que, a partir dessa atribuição da globalização no sistema capitalista, há a “morte da política”. O autor também deixa bem claro o que se dá com as políticas públicas, a partir dessa fase histórica do sistema capitalista:

“Trata-se de uma política de novo tipo, que nada tem a ver com a política institucional. Essa última se funda na ideologia do crescimento, da globalização etc. e é conduzida pelo cálculo do “partido das empresas”. [...] [As políticas públicas] estão a serviço das forças socioeconômicas hegemônicas.” (SANTOS, 2011 [2000]: 133).

Isso também é corroborado por Peroni (2003) quando no auge do neoliberalismo, a partir da década de 1990, o Estado descentraliza-se, mas ao mesmo, perde a sua força, dotando-o o mínimo para as políticas públicas e o máximo para o capital, o que culminou, entre uma de suas consequências, a força de se fazer políticas públicas direcionadas à competitividade e à eficácia do sistema capitalista e de suas empresas, sobretudo transnacionais.

O planejamento estatal – e o do turismo inclui-se –, foi relativamente impactado com as lógicas neoliberais e globalizadas: sai o Estado planejador para entrar um compartilhamento com a iniciativa privada e com as grandes corporações esses afazeres. No Brasil, são bastante nítidas essas duas visões “ao analisar as políticas de turismo ao decorrer da segunda metade do Século XX. Ambas se deram de forma global, como uma consequência do sistema capitalista dos respectivos períodos. O Programa de Regionalização do Turismo, em 2004, surge nesse bojo: uma caracterização única do que seria turismo, do que seria uma região turística e quais são os destinos turísticos. No recorte territorial desta pesquisa, em Brasília, é notável que a imposição colocada para a discussão do que seria a Região Turística de Brasília, dos atrativos e da metodologia da política são demasiadamente verticais.

Assim, o Programa de Regionalização do Turismo na Região Turística de Brasília tem uma instância de governança que quantitativamente tem uma composição majoritária do conselho consultivo e deliberativo de membros do setor produtivo que, de certa forma, possuem uma maior influência nas decisões do PRT, o que podem acelerar o processo de homogeneização em decorrência dessa composição.

Isso pôde ser evidenciado pela decisão, pelo CONDETUR, em 2014, do acréscimo do termo “patrimônio cultural da humanidade”, desconsiderando a totalidade da região para uma só porção da área da Região Turística de Brasília, nomeando-a em decorrência de uma ínfima área do Distrito Federal tombada pelo IPHAN e reconhecida pela UNESCO, respectivamente.

Dessa forma, todas as ações políticas submetidas ao conselho, pela Secretaria Adjunta de Turismo do Distrito Federal, terão o respaldo desses, conforme a *Tabela 1.1*, que de certa forma representam os atores hegemônicos, e não os atores não-homogeneizados que, a priori, são representados somente por cinco entidades, cerca de 20% da composição total do CONDETUR.

MEMBROS DO SETOR PRODUTIVO	MEMBROS DO SETOR PÚBLICO / GDF	MEMBROS DA SOCIEDADE CIVIL
- SINDEVENTOS-DF; - SINDETUR-DF; - ABAV-DF; - SEBRAE-DF; - RURALTUR; - FIBRA; - FECOMÉRCIO-DF; - BRASÍLIA CONVENTION BUREAU; - ADVB; - ABCMI; - ACDF; - ABRASEL-DF; - ABLA; - ABIH-DF; - ABARE. - SINDHOBAR-DF - INFRAMÉRICA	- Secretaria de Educação; - Secretaria de Infraestrutura e Serviços Públicos; - Secretaria de Trabalho e Empreendedorismo; - Secretaria de Relações Institucionais e Sociais - Secretaria de Meio Ambiente; - Secretaria de Gestão do Território e Habitação; - Secretaria de Economia e Desenvolvimento Sustentável; - Secretaria de Mobilidade; - Secretaria de Fazenda; - Secretaria de Cultura; - Secretaria de Planejamento, Orçamento e Gestão; - Secretaria de Esporte e Lazer;	-Fórum das instituições de Ensino Superior do DF; -Federação dos Trabalhadores do Turismo e Hotelaria no DF; -Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo no Distrito Federal. - CET/UnB.

TABELA 1.1 – Instituições com assentos no CONDETUR no ano de 2017.

Fonte: Elaborado pelo autor, com dados da Secretaria Adjunta de Turismo do DF (2017).

SANTOS (2011 [2000]) esclarece que quando o interesse do setor produtivo se torna majoritário em um PRT é ruim, pois:

“A tendência é a prevalência dos interesses corporativos sobre os interesses públicos, quanto à evolução do território, da economia e das sociedades locais. Dentro desse quadro, a política das empresas – isto é, sua *policy* – aspira e consegue, mediante uma *governance*, a tornar-se política; na verdade uma política interesses privatísticos de uma empresa que não tem compromisso com a sociedade local”. (SANTOS. 2011 [2000]: 107).

Isso certamente desdobrou-se no âmbito do que a política entendeu e entende como território, visto que, quando a política tem características verticais, ele passa a ser visto somente como recurso secundário, como um “palco”, pois a competitividade e a produtividade com vistas ao lucro, assim como determina a globalização, passam a ser o primordial na formulação e na execução de qualquer ação política. Ao se fragmentar o território para destinar o uso do território do turismo em uma só área na Região Turística de Brasília – a da Esplanada, dos Setores Hoteleiros, ao redor do Estádio Mané Garrincha ou dentro dos limites da RA I –, mesmo que há o conhecimento, pela comunidade local, do uso do território pelo turismo, com ações e objetos em outras porções da Região Turística de Brasília que não seja reconhecida pela UNESCO e que não aparece, de certa forma, na formulação e na execução do PRT, há um capitaneio pelo conselho consultivo e deliberativo composto pela maioria representante de instituições do setor produtivo para as lógicas exógenas da globalização, o que caracteriza o Programa de Regionalização do Turismo, na Região Turística de Brasília, com um componente de caráter homogeneizador do território.

Esse fato, por si só, não demonstra que o território é, de fato, homogeneizado. Para isso, deve ser elencada a prática de como o processo de homogeneização se deu. Para isso, dois documentos serão usados nessa pesquisa. O primeiro é o Relatório de Gestão da Secretaria de Turismo do Distrito Federal 2011-2014, que reúne todas as ações, objetivos e metas estratégicas, bem como resultados esperados, durante esse período histórico, que foram chancelados pelo CONDETUR. Note-se que esse relatório também se aprofunda no período que a Lei 4.883/2012 estava sendo elaborada. O segundo, o Plano Criativo de Turismo do Distrito Federal, elaborado ao longo de 2015 e executado a partir de 2016 – inclusive no período de elaboração dessa dissertação – cria o conceito de “turismo criativo” e o readequa para as realidades do Distrito Federal. Existem grandes particularidades entre eles, sobretudo em decorrência da troca de governo entre 2014 e 2015, onde são assumidamente de oposição os partidos que encabeçaram cada um deles.

O Relatório de Gestão é um apanhado, ou seja, traduz e resume o que se deu nos quatro anos do Governo Agnelo Queiroz, do PT e do Secretário Luiz Octávio Neves, que fez carreira no ramo da política pública de turismo e na consultoria de eventos. Esse relatório não está mais disponível no site da Secretaria Adjunta de Turismo e não está mais disponível em nenhum canal virtual do Governo do Distrito Federal. As suas ações possuíram quatro eixos: Marketing e turismo, captação de eventos, adequação da infraestrutura e cooperação

da iniciativa privada. Todas essas ações somente reverberam a lógica homogeneizadora: os eventos e megaeventos foram captados somente para a área tombada, bem como a logomarca de turismo, que remetia ao verde, ao rock e ao paisagismo e à arquitetura. Sobre a sinalização, estas também se deram somente na área tombada, com a implementação das placas de sinalização bilíngües, acessibilidades aos objetos turísticos de maior movimentação, logo, os que estão na área homogeneizada e ações de atendimento ao turismo. Por último, a cooperação com a iniciativa privada se deu com agências de turismo de grande porte, com a inserção de Brasília nos catálogos. O da CVC, por exemplo, maior agência de turismo do Brasil, são retratados somente os atrativos da área tombada, com figuras do Memorial JK, Catedral, Museu Nacional, Ponte JK, Congresso e Palácio do Planalto.

Nos resultados gerais, não se aponta nenhum avanço de uma ação estatal nas áreas não-homogeneizadas, exceto pelas demandas e levantamentos do Observatório do Turismo, que no momento de escrita deste trabalho, seu site encontrava-se desligado e permanecia assim até Março de 2018. Na proposição de ações futuras, há o item “criar e promover o turismo solidário para beneficiar a população mais carente das regiões administrativas, a partir da integração do turismo com o patrimônio natural e cultural”, assim como o “incentivo às feiras populares e ao turismo rural”. Ambos são demonstrados de maneira rasa, sem ações concretas e definidas entre cinco a sete linhas. Além disso, não há a definição de quais objetos ou áreas da Região Turística de Brasília que há o uso turístico, somente uma explanação vaga de que há, mostradas a partir dos entendimentos do Observatório de Turismo.

A partir de 2015, durante o Governo Rollemberg, do PSB, e a gestão de Jaime Recena, empresário do ramo gastronômico e ex-presidente da Associação de Bares, Restaurantes e Similares do Distrito Federal (ABRASEL-DF), o CONDETUR teve somente três reuniões, sendo datada pela última ata publicada no site oficial, no dia 21 de Maio de 2015. A partir desse instante, a própria gênese do Programa de Regionalização do Turismo foi descaracterizada, com a morte da instância regional de governança. Outra política pública de turismo local surgira somente em 2016, quando o Plano de Turismo Criativo de Turismo foi implementado, cuja principais idéias foram propostas conjuntamente com a sociedade civil, durante o I e o II Encontro de Turismo Criativo do Distrito Federal, em maio e setembro de 2015, respectivamente. Porém, a elaboração do mesmo, de seus objetivos e

metas foram elaborados pelos técnicos da atual gestão e não em decorrência dos encontros que nada passaram além de um grande encontro de “sugestões”.

Mais detalhadamente, os eixos estratégicos do Plano de Turismo Criativo reforçam a homogeneização. Esses eixos foram divididos em quatro: eixos básicos; Promoção, marketing e comunicação; Melhora da infraestrutura turística e Produtos e Serviços Turísticos. Não há nenhuma ação direcionada à área não-homogeneizada, além do mais, as ações remetem somente à cooperação entre o trade de turismo, à comercialização dos produtos turísticos e de sua produção e à intervenção do Estado, basicamente um grande balanço figurado pelo “economês do turismo”. A sociedade civil aparece representada por entidades acadêmicas, responsável somente para proferir pareceres sobre a conjuntura do turismo, conforme é descrito no contexto do Plano. Também não há nenhuma menção ao Programa de Regionalização do Turismo e ao termo “região”, o que dá indícios de supressão da Região Turística de Brasília e do contexto do uso do território, mesmo que, o Programa de Regionalização do Turismo exista, ainda, em tese, pelas demandas do Ministério do Turismo e a proibição em cumprir a Lei 4.883/2012. Assim, é possível afirmar que, em decorrência das ações oriundas dos atores dos objetivos, metas, ações e diretrizes, tanto do Programa de Regionalização do Turismo na Região Turística de Brasília têm nuances homogeneizadoras que, de fato, segregam o território.

1.5. O Uso do território, pelo turismo, na Região Turística de Brasília.

O turismo, em decorrência de suas visões enquanto um campo do conhecimento tem vários significados. Nesse sentido, apesar de ter bases definidas, necessita de complementação de aportes teóricos de outras ciências, muitas vezes a sua compreensão epistemológica torna-se difusa. Esse trabalho propõe-se a argumentar qual o tipo e qual a visão de turismo será dotada para a compreensão desta dissertação e a responder a sua pergunta de pesquisa.

Moesch (2002), diz que o turismo é acima de tudo um fenômeno, onde é denominado dialeticamente e historicamente pelas decisões e intersecções deste próprio fenômeno, numa estrutura de saber-fazer. Urry (2001) destaca que o turismo, seus anfitriões e viajantes, os serviços, as estruturas e as modificações do próprio turismo são em decorrência dos olhares destes, das pessoas que usufruem dos equipamentos do turismo e aquelas que estão para receber os turistas. O turismo como uma atividade social modificado

pelas idiossincrasias das percepções dos turistas. É importante destacar que assim como propõe Moesch (2004) e Beni (2004) o turismo é fenômeno, mas não é um fim em si mesmo. As compreensões de outras variáveis para o caracterizá-lo são fundamentais.

Urry (2001), com o seu binômio sem turista-sem turismo tem, inicialmente, uma posição no qual leva ao estranhamento e até a própria concordância, o turismo não pode ser mensurado pela percepção individual que chegam e pessoas que vão embora ou as que usufruem certo tipo de equipamento. O turismo, sobretudo no Século XXI, respalda uma lógica global-local e suas decisões não podem ficar submissas somente a uma questão local, mais precisamente de presença em um determinado atrativo ou destinação turística. Molina (2003) criou o termo “pós-turismo”, para designar, com o avanço das técnicas de comunicação que o turismo se apropriou no início da década de 2000, esse conceito. O usufruto de uma destinação turística não precisaria acontecer fisicamente, mas também por meio da internet, sem precisamente ter a mensuração de quantas pessoas chegam ou vão.

Mas, inevitavelmente, todas essas arguições acima possuem uma convergência: a questão espacial, apesar de estar subentendidas. Molina exalta a rede mundial de computadores, mas ao fazer isso, o deslocamento deixa de ser físico e passa a ser *online*. O espaço passa a ser o virtual, mas ele ainda está lá, de outras maneiras. Urry também tem subentendido a condição espacial em sua teoria. Desde as primeiras iniciativas do turismo de massa até a consolidação do olhar do turista, pela busca incessante do status, por meio da fotografia, há um componente espacial: as sociedades somente são percebidas quando os turistas, e seus olhares individuais, subjetivos e egoístas, se deslocam pelos territórios em busca de outras paisagens, outros lugares e outras geografias.

Moesch (2002) e Beni (2004) propõem, basicamente, que, o turismo é um fenômeno multifacetado, sem mensuração de tempo de permanência no destino, onde o turista, por meio de uma experiência, e se utilizando das ofertas, infraestruturas e superestruturas turísticas, fazem o turismo, seja dentro do próprio bairro, cidade, estado, país ou intercontinental. O espaço também é subentendido, mas é bastante claro. Sem o deslocamento do turista, com fins de experiência e independente do tempo de permanência do turista em uma cidade em si, utilizando-se das estruturas turísticas, ou seja, os objetos do turismo dispostos territorialmente, não há turismo.

O entender do conceito de turismo para essa dissertação passa, sobretudo, pelo deslocamento e, conseqüentemente, pelo uso do território, seja em rede conectada

de computadores, seja na forma física da segunda natureza do território. Steinberger (2009) é sucinta e direta quando afirma que o caráter do deslocamento e, portanto, do uso do território, pois:

“[...] Antes de ser um fenômeno, um sistema, uma prática, um produto, um serviço ou uma indústria, é um uso do território. A anterioridade está no pressuposto de que o turismo só pode ser objeto de uma análise dialética, funcionalista, fenomenológica, sistêmica, neo-positivista, empírica ou operacional porque é um uso do território. Se esse uso não se efetivar não há turismo e, assim, não há o que se analisar. Além disso, essa efetivação só existe a partir do turista como sujeito que empreende um deslocamento para um território determinado.” (STEINBERGER, 2009: 39).

Assim, o turismo será analisado sob o ponto de vista das contradições dispostas a partir da análise do Programa de Regionalização do Turismo, entre o idealizado e a realidade, a partir do uso do território, que gerou uma produção do espaço em decorrência desse mesmo uso na Região Turística de Brasília.

Para Santos (1994):

“ [...] O espaço como a soma indissociável entre sistemas de objetos e sistemas de ações. Nem sistemas de objetos apenas, nem sistemas de ações apenas, mas sistemas de objetos que influenciam sistemas de ações, sistemas de ações que influenciam sistemas de objetos, sistemas de objetos e sistemas de ações indissolivelmente juntos e cuja soma e interação nos dão o espaço total”. (Santos, 1994: 48).

Para o autor, a análise do uso do território pelo uso do território se dá através de um sistema de objetos, que estão dispostos nesse mesmo território e ações, que usarão, modificarão e transformarão o território. Segundo Santos (2006 [1996]), o sistema de objetos são os objetos geográficos constituídos em uma configuração territorial que podem ser usados, moldados pela ação do trabalho do homem. Esses sistemas de objetos, também denominado de *fixos*, dão as estruturas, próteses, equipamentos e serviços para o uso do território.

Segundo o mesmo autor, o sistema de ações, os *fluxos*, são os que usam e modificam, por meio do trabalho humano, esse território. Uma comunidade local, turistas,

empresários, governos utilizam-se dos objetos dispostos do território e, com isso, transforma, para suas conveniências, o território. Essa dialética do uso do território entre fixos fluxos, objetos e ações, caracterizam a teoria espacial de Milton Santos. O turismo é um modificador do uso do território quando há uma relação de fixos e fluxos, pois na medida em que há essa interação, há de certa forma a produção de um espaço criado pelo turismo.

Segundo Cruz (2000):

“A crescente importância econômica do turismo é causa e consequência de sua ampliada necessidade de intervenção espacial. Para que o turismo – inserido na lógica de uma atividade econômica organizada – possa acontecer, faz-se necessária a criação de um sistema de objetos, que estão relacionados à locomoção de pessoas, à sua hospedagem, às suas necessidades de alimentação, capaz de atender à demanda de ações que lhe é própria. O conjunto resultante da sobreposição de sistemas de objetos e ações (Santos, 1994, 1996, 1997) requeridos pelo uso turístico do espaço distingue o lugar turístico da atualidade dos “outros lugares””. (CRUZ, 2000: 8).

Há o entendimento que o turismo, em um determinado território, só existe em decorrência a uma complementação entre objetos e ações, corroborando com a teoria miltoniana do uso do território, pelo turismo, quando estas duas categorias se arranjam de forma indissociável, modificando, por fim, o território por meio do turismo e de suas atividades. O consumo do território de bens e serviços do turismo, para o turismo é a construção de espaço por meio do uso dos objetos e sua fixidez, pelas ações, alterados e modificados pelos fluxos, o que culmina, na criação de um lugar turístico, ou seja, áreas do território no qual o turismo se apropriou e manifesta (CRUZ, 2003). Esse lugar turístico, justifica, reflete no consumo de infraestruturas dispostas no território, como os meios de transportes, hotéis, restaurantes e outros atrativos turísticos. Essa apropriação de como se dá a configuração territorial do turismo depende do PRT que se dá em algum destino turístico.

Se espelhar que a atividade turística na Região Turística de Brasília se dá somente na área conhecida como “patrimônio cultural da humanidade” é desconhecimento, das instituições e de suas normas, das relações e da própria produção do espaço pelo turismo, negligenciando o território e fragmentando-o, conforme cartilha empenhada pela homogeneização. Há lugares turísticos fora da área considerada “patrimônio mundial

da humanidade”, pois há produção de espaço, pelo turismo, em outras áreas da Região Turística de Brasília, só não é reconhecida pelo PRT de turismo em questão. Ou seja, o processo de homogeneização já é dado pelo PRT, desde a de inserção da cidade de Brasília e sua região turística nos programas de estruturação e promoção, bem como na forma na qual não se percebe uma participação até mesmo do poder pública local e da instância de governança regional.

1.6. Método dialético para a análise do problema

Segundo Japiassu e Marcondes (2006), o método é um “conjunto de procedimentos racionais, baseados em regras que visam atingir um objetivo determinado. Por exemplo, na ciência, o estabelecimento e a demonstração de uma verdade científica” (JAPIASSU; MARCONDES, 2006:134). Ele é o responsável por moldar e desnudar as nuances elencadas pelo pesquisador quando este se propõe a pesquisar, materializada pela pergunta de pesquisa. Essa pergunta, para sair de um arcabouço abstrato e muitas vezes dogmático, necessita de regras claras, os procedimentos, para transpor essa ideia em resposta e, por fim, ciência.

Conforme visto, o Programa de Regionalização do Turismo foi formulado a partir de 2003, como forma de concentrar o poder em uma instância de governança regional e, a partir dessa estrutura de poder, ser passível de administração também das estruturas municipais, estaduais e federais. Ao desnudar-se o PRT já em concepção no recorte geográfico, ou seja, na Região Turística de Brasília, há grandes disparidades entre a sua formulação e a sua prática. A primeira que, na teoria, a região, apesar de abranger toda a unidade geográfica e política do Distrito Federal, somente abrange, de fato, a área conhecida como “patrimônio mundial da humanidade”, que é mais restrita até do que a área tombada pelo IPHAN na década de 1980. O segundo é a de que a criação de uma área prioritária para o uso do turismo dentro da região turística gera uma incoerência entre a pauta do Programa de Regionalização do Turismo e o porquê da existência das próprias regiões turísticas em decorrência desso PRT e a realidade, ou seja, como a política se deu, de fato.

Essas contradições apontadas entre o idealizado, e a elaboração do PRT ante a prática e a execução da mesma é o que dá o norte para a aplicação e a orientação dos fundamentos teórico-metodológicos acionados para responder à pergunta de pesquisa. Konder (2008:7-8) argumenta que “a dialética significa outra coisa: é o modo de

pensarmos as contradições da realidade, o modo de compreendermos a realidade como essencialmente contraditória e em permanente transformação”. Essas contradições que se deram no seu processo de implantação foi basicamente o que suscitou a pergunta de pesquisa e, portanto, a necessidade de pesquisa sobre o tema. Essas mesmas contradições argumentam e norteiam como se dá o uso do território e o consequente processo de homogeneização atribuído por uma roupagem e lógica dita contemporânea e neoliberal do sistema capitalista global. Por isso, o método desta pesquisa é a análise dessas contradições geradas, justificando, assim, a aplicação do método dialético.

A própria ciência geográfica, em uma das suas vertentes de pensamento, tem um arcabouço metodológico respaldado na dialética. Principalmente após a década de 1970, o método geográfico começou a analisar os fenômenos espaciais por meio de suas contradições e, com isso, a criação de uma síntese por meio dessa análise. Essa fase passou a ser chamada de Geografia Radical ou Geografia Crítica.

“Desde então, a Geografia é trabalhada de modo crítico e procura refletir sobre o espaço geográfico numa perspectiva revolucionária (política), atentando para a insuportável realidade atual (para a grande maioria dos agentes sociais) e propondo transformações dessa realidade, visando um futuro melhor para todos e todas. Portanto, o geógrafo que optar pela perspectiva teórico-metodológica da dialética deve desencadear reflexões críticas acerca da essência do espaço estando engajado com metamorfoses dessa essência, rumo a outro contexto em que o pilar principal seja a coletividade e não a individualidade ou a competitividade” (SALVADOR, 2012: 107-108).

SANTOS (2014 [1985]) é bastante claro quando cita que a “essência do espaço é social” (SANTOS, 2014 [1985]: 12), onde a junção do espaço com a sociedade delimita e faz com que a análise do espaço seja total, em decorrência de um período histórico. Essas sociedades constituem conteúdos a essas formas em decorrência da evolução ou involução do período histórico e todo arcabouço constituído por suas características e seus processos sociais, econômicos, culturais e institucionais. Esses processos podem ser traduzidos, segundo o autor, por ações dessa sociedade, onde estas são inerentes à função e, em decorrências das contradições aí geradas, a função só tem condição de existir se houver um conteúdo. A dialética, segundo SANTOS (2006 [1996]), é essencial para se compreender a realidade geográfica, e, portanto, a dinâmica espacial.

O foco desta pesquisa é que não cabe a ela perceber como a homogeneização infiltrou-se no território, já que este processo já se deu e é concreto e consolidado, mas sim esclarecer que esta homogeneização fez com que o PRT tenha uma leitura errônea da Região Turística de Brasília, pois não contempla a realidade do uso do território no recorte geográfico, onde o Programa de Regionalização do Turismo foi executado de forma homogeneizada, propondo a discussão de uma nova definição, com subregiões, derivadas desses espaços heterogeneizados que foram descartados pelo PRT. A metodologia será pela análise se há funcionalidade nos objetos e ações pelo uso turístico do território, fora da área conhecida como “patrimônio mundial da humanidade”, em decorrência da relação indissociável entre fixos e fluxos, dentro do limite da Região Turística do Distrito Federal definida pelo Programa de Regionalização do Turismo, por meio de dois procedimentos metodológicos: pesquisa de campo e a entrevista semiestruturada.

A pesquisa de campo é importante, pois, segundo Gomes, “a importância do trabalho de campo, movimento onde o geógrafo se aproxima das manifestações únicas de individualidade [de algum território]”. (GOMES, 2008: 57). A pesquisa de campo servirá para o pesquisador se aproximar da realidade dos lugares, que na situação e no estágio globalizado do sistema capitalista e da produção do espaço, compreendem também a uma lógica global (SANTOS, 2006 [1996]). Esses lugares, onde a pesquisa de campo se dará, serão pesquisados por dois motivos: o primeiro por se localizarem fora dos limites da Região Administrativa I, além da área delimitada para o tombamento, que engloba, além destas, as Regiões Administrativas do Cruzeiro, Sudeste/Octogonal e Candangolândia. O segundo motivo serão as áreas onde, empiricamente, existem lugares turísticos fora da área “Patrimônio Cultural da Humanidade”. Como não se dispõem de dados e mapas mensurando isso, será necessária a visita nas Regiões Administrativas, para a aferição de alguma produção do espaço, pelo turismo, em seu território para, em seguida, mensurar os lugares onde se dá o uso do território pelo turismo.

O Distrito Federal tem, ao todo, 31 regiões administrativas, sendo quatro dentro da área tombada e duas intimamente ligadas a essa: Plano Piloto, Lago Sul, Lago Norte, Cruzeiro, Sudoeste e Octogonal e Candangolândia, esta última com a administração ligada ao Núcleo Bandeirante e incorporada ao Park Way, englobada administrativamente no início do Governo de Rodrigo Rollemberg, processo esse que englobou outras oito regiões administrativas: Fercal e Sobradinho II; Estrutural, Cidade do Automóvel, SIA e Guará;

Itapoã e Paranoá. E esse número ainda diminui mais com a incorporação de outras regiões administrativas sob o ponto de vista da operação das associações comerciais e industriais locais. Assim sendo, sobram 14 grandes áreas para a análise de onde há lugares turísticos no Distrito Federal:

- I – Brazlândia;
- II – Ceilândia;
- III – Samambaia;
- IV – Recanto das Emas, Riacho Fundo I e Riacho Fundo II;
- V – Gama;
- VI – Santa Maria;
- VII – São Sebastião e Jardim Botânico;
- VIII – Paranoá e Itapoã;
- IX – Planaltina;
- X – Grande Sobradinho: Sobradinho I, Sobradinho II e Fercal;
- XI – Taguatinga;
- XII – Águas Claras e Vicente Pires.
- XIII – Grande área metropolitana: Núcleo Bandeirante, Candangolândia e Park Way
- XIV – Guará e Estrutural.

As entrevistas semiestruturadas darão aportes à pesquisa de campo. Elas verificarão como a percepção de sujeitos que alteram e modificam o território para o uso do turismo nessas localidades. Segundo Medeiros e Campos (2010), essas percepções podem ser materializadas por “lógicas”: as lógicas do Capital, do Estado e a da necessidade, onde é possível apontar complementaridades e conflitos do uso do território. O Estado tem como interesse de mediar a necessidade, ou seja, a dinâmica feita em decorrência da realidade, os habitantes locais, com as da iniciativa privada e as do setor produtivo. O Capital tem em vistas, no território, a acumulação de riquezas e a sua perpetuação nas relações de interesse e poder das dinâmicas sócioespaciais. A lógica da necessidade, por sua vez, é aquela onde o território é usado, modificado e alterado em decorrência das indispensabilidades de quem a habita, sem necessariamente ser idealizada ou planejada, mas vivenciada.

Os entrevistados serão sujeitos sociais que representam ou vivenciam essas lógicas, de alguma forma, no uso do território, pelo turismo. As entrevistas se darão em dois

momentos: em um primeiro momento os que são caracterizados por parte dos atores que concebem a lógica do Estado, do Capital e da necessidade, mas esta última, não totalmente: representantes do Estado, nas administrações regionais, lideranças das associações de moradores ou prefeituras comunitárias, bem como responsáveis ou diretores das associações comerciais e industriais correspondentes das quatorze áreas a serem analisadas. No segundo momento, as entrevistas serão elucidadas ainda pela lógica da necessidade, mas para diferentes atores: representantes dos objetos turísticos, como gestores públicos, donos ou responsáveis, e os turistas, aqueles que, de alguma forma, usam o território para fins de conhecimento de tal forma ou função que estão dispostas no território.

A necessidade desses processos metodológicos é desvelar e clarificar o entendimento se os objetos do turismo, no Distrito Federal, se manifestam seguindo uma heterogeneização, por meio de perguntas simples e orientadas somente para o desvelamento se o uso do território corresponde a uma ordem de horizontalidade ou de verticalidade e se o tempo é o do cotidiano ou do *just-in-time*. A pesquisa de campo será embasada pelo autor da pesquisa, em entendimento da teoria, e as entrevistas serão a percepção dos atores. Por último, com uma mensuração da prática do turismo no território, será proposta um mapa do turismo do Distrito Federal, baseados pela teoria miltoniana do uso do território, entre os objetos e ações do turismo, no território, que não estejam dentro da área reconhecida como “patrimônio cultural da humanidade”.

A partir dessa investigação, serão apontados quais dessas quatorze áreas há lugares turísticos e quais são esses objetos turísticos para, a partir daí, passar para a segunda pesquisa de campo, juntamente com a segunda fase das entrevistas semiestruturadas, entre os turistas e os donos dos empreendimentos ou responsáveis pelos atrativos turísticos, que apontarão o uso do território para, enfim, mostrar como se dá a produção do espaço e mostrar como, de fato, se dá a homogeneização da política de turismo no Distrito Federal, com a proposição de um novo mapa do turismo do DF.

Segundo SANTOS (2011 [2000]) , as verticalidades e as horizontalidades podem apontar se o território é homogeneizado ou heterogeneizado, pois analisa em que medida a globalização modifica o uso do território por três pontos: se o uso do território, pelo turismo, é feito em favor das práticas hegemônicas ou pelos atores locais; se é feito em decorrência de decisões de fora ou de dentro e se há alienação ou não no uso do território naquele uso. Se o turismo for reproduzido pelas práticas hegemônicas, somente feito pela busca incessante do lucro, sem se interessar com o seu entorno. Se ele corresponder às decisões de

fora, como, por exemplo, se as demandas e o próprio turismo obedecem à organização dos atores globais, onde o desenvolvimento do turismo é feito por demandas que nada tem a ver com o cotidiano local, como, por exemplo, a busca incessante pela competitividade é uma consequência de homogeneização. Se há a alienação do território, há um pensamento errôneo de que o território é algo inerte, onde não há a modificação deste pelos fixos e pelos fluxos e nem a situação inversa. Já se for reproduzido pelas práticas heterogênicas, há uma situação de reconhecimento do uso do território, sem o seu tratamento como “palco”, bem como as decisões partem de forma endógena, pelas necessidades da comunidade ou do cotidiano local, pelos atores locais.

Ainda seguindo o pensamento de SANTOS (2011 [2000]) , a homogeneidade do território também pode ser representada pelo tempo no qual o território é regido: se ele é regido pelo tempo da globalização, pelo *just-in-time*, há um pequeno número de agentes que fazem o turismo, com o seu excesso regramento e normatização, nada mais do que uma padronização às feições hegemônicas e globais. Já o tempo do cotidiano é aquele definido de forma conjunta pelos atores locais, conjunto dos múltiplos interesses das pessoas que usam o território. O tempo para o uso do território é definido pela relação destes com o próprio território, sem uma limitação imposta, pelos atores hegemônicos, com vistas à competitividade, onde a discussão e o debate, por meio da política, tendem-se a se esgotar pela necessidade de diálogo.

2. AS REGIÕES ADMINISTRATIVAS “TURÍSTICAS”

2.1. Regiões administrativas do Distrito Federal: Há a manifestação do turismo?

O Distrito Federal, disposto no Art. 32 da Constituição Federal, não pode ser dividido em municípios, onde as atribuições governamentais são mistas: estabelecidos como municípios e estados (BRASIL, 2007). Para a facilitação de sua gestão, seu território foi dividido em Regiões Administrativas, centralizando a administração ao alcance de um governador. Cada Região Administrativa deve ter, em tese, uma sede administrativa, liderado por um administrador regional, nomeado pelo Governador do Distrito Federal. Em 2017, existem, na forma de lei, 31 regiões administrativas.

Como elaborado no capítulo anterior, o recorte geográfico deste trabalho será a Região Turística de Brasília delimitada pelo Ministério do Turismo que ocupa a mesma área político-administrativa do Distrito Federal. O PRT de turismo local, a partir de 2014, delimitou geograficamente a sua área de atuação, entre a área reconhecida como “patrimônio mundial da humanidade”, no centro, e as “outras áreas”, quase não existentes nas linhas e na política. Esse trabalho visa analisar como se manifesta o processo de homogeneização dessa política e desvelar como se dá a realidade do turismo no Distrito Federal, que não somente acontece na área reconhecida pela UNESCO.

Eventualmente, é possível apontar, empiricamente, os lugares turísticos na região turística em questão. Mas, percebe-se que uma análise dessa forma não teria o rigor científico e muito menos por um entendimento do uso do território. Por isso, fez-se necessária o entendimento de quais regiões administrativas há usos turísticos no território, com seus sistemas de objetos e ações existentes, fora do denominado “Plano Piloto”, conforme defendido por Cruz (2000) e Santos (1994). Para isso, a análise por meio de pesquisas de campo e entrevistas semiestruturadas, às entidades que representam as lógicas nas quais, segundo Medeiros e Campos (2010) afirmam, reverberam e modificam, com maiores impactos, o território. Como ainda não sabe-se quais os lugares turísticos a serem pesquisados – as pesquisas com os turistas somente se darão em um segundo momento – quando as regiões administrativas que possuem objetos turísticos serão reveladas, bem como se estas possuem e quais são os objetos do turismo em determinadas Regiões Administrativas que são usadas pelo turismo.

Com isso, as entrevistas, em um primeiro momento, se darão em decorrência de quais atores se materializam na internacionalidade das lógicas: no setor produtivo, onde as empresas, empresários e o mercado atuam e modificam o território, pelo turismo, nas regiões administrativas na pessoa das associações comerciais; a comunidade local que usam as mesmas infraestruturas e são outrora que trabalham, são anfitriãs e até mesmo proprietárias dos atrativos turísticos, na pessoa das associações comunitárias, associação de moradores ou prefeitura comunitária, bem como o Estado, que planeja e executa ações locais, descentralizadas em cada região administrativa, por meio das Administrações Regionais.

De 31 Regiões Administrativas do Distrito Federal, quatro delas estão na área tombada, e duas são cidades-satélites desta: Plano Piloto, Cruzeiro, Sudeste/Octogonal, Candangolândia, Lago Sul e Lago Norte. Há um caso excepcional neste, pois, apesar de estar em área tombada, a Região Administrativa da Candangolândia é administrada pela Região Administrativa do Núcleo Bandeirante, conforme o seguinte parágrafo. Com isso das 31 Regiões Administrativas, a pesquisa se restringe a 25 Regiões Administrativas.

Em uma medida política, com a retórica de “economia de gastos” no início do Governo Rollemberg, há uma redução no número de administrações regionais, incorporando a administração de regiões administrativas. Com isso, administrativamente, a pesquisa se restringe ainda mais, para 18 regiões administrativas: Brazlândia, Ceilândia, Samambaia, Recanto das Emas, Gama, Santa Maria, São Sebastião, Paranoá e Itapoã, Planaltina, Sobradinho I, Sobradinho II e Fercal; Águas Claras, Vicente Pires, Taguatinga, Guará e Estrutural e SIA e SCIA, Núcleo Bandeirante e Park Way e Candangolândia, Riacho Fundo I e Riacho Fundo II.

Esse número diminui ainda mais com a área de atribuição das associações comerciais e industriais locais, que se concentram em regiões administrativas com um grande peso, tanto da indústria, mas principalmente do terceiro setor na sua economia, o que restringe as regiões administrativas pesquisadas em 14 delas.

I – Brazlândia;

II – Ceilândia;

III – Samambaia;

IV – Recanto das Emas, Riacho Fundo I e Riacho Fundo II;

V – Gama;

VI – Santa Maria;

- VII – São Sebastião;
- VIII – Paranoá e Itapoã;
- IX – Planaltina;
- X – Grande Sobradinho: Sobradinho I, Sobradinho II e Fercal;
- XI – Taguatinga;
- XII – Águas Claras e Vicente Pires.
- XIII – Grande área metropolitana: Núcleo Bandeirante, Candangolândia e Park Way;
- XIV – Guará, SIA, SCIA (Cidade do Automóvel) e Estrutural.

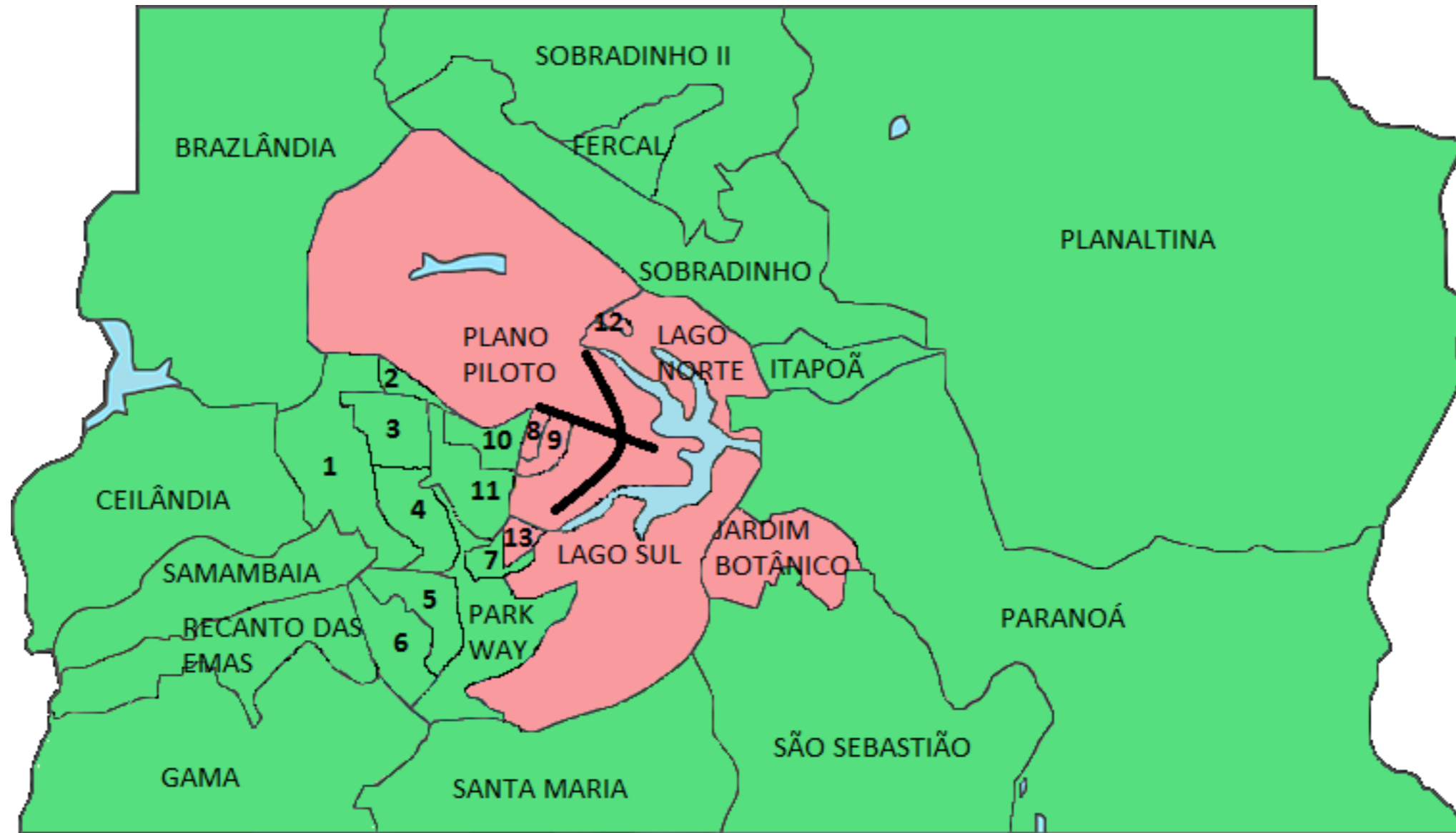
Com as Regiões Administrativas delimitadas para se fazer as entrevistas, foram feitas pesquisas de campo e entrevistas semiestruturadas, junho a agosto de 2017, consultando a instituições abaixo, na *Tabela 2.1.* Conforme o *mapa 1*, as quatorze catorze regiões administrativas analisadas constarão em vermelho, todas elas no entorno da área da cor verde, onde estão as denominações da área conhecida como “patrimônio mundial da humanidade”,

Regiões Administrativas	Instituições levantadas
Brazlândia	Administração Regional
Ceilândia	Administração Regional Associação Comercial e Industrial de Ceilândia Coletivo de moradores “Vem Pra Cei”
Samambaia	Administração Regional Associação Comercial e Industrial da Samambaia
Taguatinga	Administração Regional Associação Comercial e Industrial de Taguatinga
Recanto das Emas Riacho Fundo I Riacho Fundo II	Administração Regional do Recanto das Emas Associação Comercial e Industrial do Recanto das Emas, Riacho Fundo I e II Associação Comunitária do Recanto das Emas
Santa Maria	Administração Regional

	Associação de Moradores de Santa Maria
Núcleo Bandeirante Candangolândia Park Way	Administração Regional Metropolitana Associação de Moradores do Núcleo Bandeirante
Planaltina	Administração Regional Associação Comercial e Industrial de Planaltina Associação de Moradores de Planaltina
Sobradinho Sobradinho II Fercal	Administração Regional de Sobradinho II Associação Comercial e Industrial de Sobradinho Associação de Moradores da Fercal
São Sebastião	Administração Regional Associação Comercial dos Empresários de São Sebastião Coletivo de Moradores “Sebas Turística”
Paranoá	Administração Regional do Paranoá Associação Comercial e Industrial do Paranoá Associação dos Pioneiros do Paranoá
Águas Claras Vicente Pires	Administração Regional de Vicente Pires Associação Comercial de Águas Claras
Guará SIA SCIA Estrutural	Administração Regional do Guará, SIA, SCIA e Estrutural Associação Comercial do SIA Associação Comercial do Guará Associação de Moradores da Estrutural

Tabela 2.1. – Instituições analisadas que representam a lógica do Estado, a lógica do capital e parte da lógica da necessidade em cada grupo de Regiões Administrativas.

Fonte: Elaborado pelo autor (2017)



<p> Regiões Administrativas que estão inseridas na Zona Tombada e/ou na Zona Reconhecida pela UNESCO</p> <p> Regiões Administrativas que não pertencem à Zona Tombada e/ou à Zona Reconhecida pela UNESCO</p> <p> Lago</p> <p> Plano Piloto de Brasília</p>	<p>0 5 11 14</p> <p>ESCALA GEOGRÁFICA – EM QUILOMETROS</p> <p style="text-align: right;">N ↑</p>	<table border="0"> <tr> <td>1 – Taguatinga</td> <td>2 – SCIA/Estrutural</td> </tr> <tr> <td>3 – Vicente Pires</td> <td>4 – Águas Claras</td> </tr> <tr> <td>5 – Riacho Fundo I</td> <td>6 – Riacho Fundo II</td> </tr> <tr> <td>7 – Núcleo Bandeirante</td> <td></td> </tr> <tr> <td>8 – Cruzeiro</td> <td>9 – Sudoeste / Octogonal</td> </tr> <tr> <td>10 – SIA</td> <td>11 – Guará</td> </tr> <tr> <td>12 – Varjão</td> <td>13 – Candangolândia</td> </tr> </table>	1 – Taguatinga	2 – SCIA/Estrutural	3 – Vicente Pires	4 – Águas Claras	5 – Riacho Fundo I	6 – Riacho Fundo II	7 – Núcleo Bandeirante		8 – Cruzeiro	9 – Sudoeste / Octogonal	10 – SIA	11 – Guará	12 – Varjão	13 – Candangolândia
1 – Taguatinga	2 – SCIA/Estrutural															
3 – Vicente Pires	4 – Águas Claras															
5 – Riacho Fundo I	6 – Riacho Fundo II															
7 – Núcleo Bandeirante																
8 – Cruzeiro	9 – Sudoeste / Octogonal															
10 – SIA	11 – Guará															
12 – Varjão	13 – Candangolândia															

Mapa 2.1. – Regiões Administrativas que estão dentro da zona “patrimônio mundial da humanidade e da área tombada.
 Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

2.2. Onde o turismo se manifesta na Região Turística de Brasília

Foi definido um roteiro de entrevistas semiestruturadas onde o entrevistado era indagado em três perguntas, que tinham o princípio averiguador de:

- 1 – Anunciar o conhecimento de algum objeto do turismo e que este atraia pessoas de fora;
- 2 – Hierarquizá-los, com vistas o número de pessoas que os visitam;
- 3 – Quais ações propiciadas pela instituição e seus representados para com o turismo em tal região administrativa.

Em Brazlândia, não há a existência de uma associação de moradores e nem de prefeitura comunitária e a ACIBRAZ – Associação Comercial e Industrial de Brazlândia encontrava-se fechada. Foi verificado posteriormente que a atividade foi à falência. Portanto, nessa região administrativa, o entrevistado foi o Sr. Mário Anunciação, gerente de Esporte, Lazer e Cultura da Administração Regional. As suas perguntas foram em vistas que havia um turismo conhecido na região, com a atração de turistas do Distrito Federal e fora deste, principalmente para eventos das segmentações de turismo rural e de natureza, sendo o primeiro tendo o maior destaque, graças a “Festa do Morango”, considerada por ele o principal atrativo turístico de Brazlândia. As ações elas se manifestam principalmente no que tange a apoio financeiro e de divulgação e estruturação da área onde se dá os eventos, com a dotação de infraestrutura de acesso, bem como de segurança pública.

Em Ceilândia, foram consultados o Sr. Emerson Silva, diretor da “#vempracei”, um coletivo formado pelos moradores para a atração de turismo para a região administrativa; o Sr. Francisco Roza, gerente de Cultura da Administração de Ceilândia e o Sr. Clemilson Saraiva, Vice-Presidente da Associação Comercial de Ceilândia. Os discursos dos três foram unânimes quando reconhecem que há objetos do turismo na localidade e que o principal deles é a Feira da Ceilândia. Pelo fato histórico e social de Ceilândia, conforme será mostrado no subcapítulo a seguir, mostra a grande porcentagem de nordestinos e descendentes naquela comunidade e isso atrai um turismo, principalmente para o segmento do turismo cultural. A administração age principalmente no apoio as estruturas e a administração e conservação da Feira da Ceilândia. A Associação Comercial de Ceilândia incentiva as empresas e o comércio a focarem suas gestões também para o turismo, fazendo parcerias com as empresas. O coletivo #vempracei desempenha uma função de aproximação

da comunidade local à sua própria história, bem como roteirizar os atrativos turísticos para os turistas.

Em Samambaia, foram entrevistados o Sr. Fabiano Fagundes, presidente da Associação Comercial e Industrial de Samambaia e o Sr. Dênio Alves, da Assessoria de Imprensa da Administração de Samambaia. Ambos reiteraram que não existem objetos de turismo em Samambaia, mas somente parques e chácaras na zona rural da administrativa e que, para eles, não consistia em turismo. Há, pelo discurso de Fagundes em parceria com a iniciativa privada, uma intenção de fomentar o turismo, diferentemente da fala de Alves, que, de forma enfática, determinou que não há turismo em Samambaia. Não foi encontrado o contato de alguma liderança comunitária de Samambaia.

Nas Regiões Administrativas do Recanto das Emas, do Riacho Fundo I e Riacho Fundo II foram entrevistados o Sr. André Santos, Chefe de Gabinete da Administração, o Sr. Jean Carlos, Presidente da Associação Comercial do Recanto das Emas, Riacho Fundo I e Riacho Fundo II e a Sra. Geralda Silva, presidenta da Associação de Moradores do Recanto das Emas. Para a Administração, não há turismo no Recanto das Emas e nem no Riacho Fundo I e II e, segundo ele, se houver, a Administração não tem conhecimento. Para Silva, mesmo se houvesse, a prioridade para a comunidade deveria ser em serviços básicos, como saúde e educação, para depois se pensar em turismo. Já Carlos, diz que há na zona rural do turismo, mas só que indagado quais os lugares e os nomes deles, ele não soube responder, limitando-se a “algumas chácaras”. Limitando-se aos princípios averiguadores, ele não soube responder as ações da Associação Comercial e Industrial do Recanto das Emas, voltando, por fim, a dizer que havia “chácaras que atraem gente de fora”.

No Gama, foram entrevistados o Sr. Wander Teles, assessor de comunicação da Administração e o Sr. Osesa Oliveira, Presidente da Associação Comercial do Gama. Os dois reconhecem que o Gama havia lugares que atraíam turistas, mas na atualidade, não os fazem mais, com destaque à “Prainha do Gama”, uma área de lazer, hoje abandonada. Um local de destaque é a Capela São Francisco, reiterado por Teles, mas que não tem a função de turismo e, somente, de cunho religioso. Não foi encontrado o contato de alguma liderança ou associação de moradores do Gama.

Em Santa Maria, foram entrevistados o Sr. Fabrício Marinho, assessor de comunicação da Administração Regional de Santa Maria e a Senhora Perpétua Vieira,

presidenta da Associação de Moradores de Santa Maria. Para Vieira, não há, de fato, turismo em Santa Maria. Para Marinho, a própria concepção de turismo é diferente, tendo em vista, segundo ele, que os moradores esquecem “que a outra margem da BR-040 também é Santa Maria”. Ele colocou que há turismo principalmente nessas áreas e que devido o melhor acesso oriundo de São Sebastião, há uma confusão administrativa dos objetos. Ele cita a Cachoeira do Tororó que, segundo ele, está em Santa Maria, mas as pessoas que a usam são oriundas de todo o Distrito Federal e a acessa através de São Sebastião. Ele diz que há um circuito de cachoeiras naquela localidade e, por isso, atrai turismo, mas que praticamente não movimenta renda e gera empregos na Região Administrativa em questão. A Associação Comercial não tinha endereço físico e o número de telefone estava incorreto.

Esse conflito também é relatado pelos atores de São Sebastião, onde foram entrevistados o Sr. Juscelino Dourado, mais conhecido como Téo Neto, que é Gerente de Planejamento Territorial da Administração de São Sebastião, o Sr. Júnior Carvalho, presidente da Associação Comercial, Empresarial e Industrial de São Sebastião e a Sra. Aline Dias, presidenta do coletivo “Sebas Turística”, que é um coletivo formado por moradores locais que visa mostrar para a população local, pelo turismo, o desenvolvimento de cidadania e de justiça social e econômica. Dias explica que a confusão com a Cachoeira do Tororó afeta até mesmo São Sebastião, pois apesar de saber que ela pertence à Santa Maria, há a uma atribuição e uma complementação às ofertas do turismo de São Sebastião, que, apesar de estar, geograficamente em Santa Maria, o “pertencimento está com São Sebastião”. Dias, Neto e Carvalho concordam conjuntamente que há de fato turismo em São Sebastião. Os dois últimos em empreendimentos de segmento rurais, como a Fazenda Taboquinha e o Clube do Dino, fazendas rurais onde são oferecidas atividades para o segmento de turismo rural. Já Dias acredita que os eventos culturais, como exposições, shows culturais e pedagógicos, como a Olaria Cultural, a Casa Frida e a Casa de Paulo Freire os principais lugares turísticos, mas reconhece que a segmentação rural e de natureza são os que mais atraem pessoas. A função tanto da Associação Comercial, tanto da Administração é de apoio ao turismo, com disposição de infraestruturas, como banheiros químicos e segurança pública.

Na área metropolitana, nomenclatura adotada após a aglutinação de regiões administrativas no início do Governo Rollemberg, reúne as regiões administrativas do Núcleo Bandeirante, Candangolândia e Park Way. Foram entrevistados o Sr. Roosevelt

Vilela, Administrador e o Sr. Danúbio Martins, presidente da Associação dos Moradores do Núcleo Bandeirante. A visão histórica era muito presente na visão dos dois, pois ambos reconheceram que havia, de fato, turismo no Núcleo Bandeirante, mas não no Park Way e na Candangolândia. Para os dois, os principais atrativos são o Mercado do Núcleo Bandeirante e o Museu Vivo da História Candanga. Segundo Vilela, o componente do Núcleo Bandeirante ser anterior à Brasília se sobrepõe a questão somente gastronômica, o que o enquadra em um turismo cultural, com o componente histórico. A Associação dos Moradores tem um envolvimento muito grande na administração do mercado, junto com seus proprietários, e a administração apoia com verbas e disponibilização da infraestrutura. A Associação Comercial do Núcleo Bandeirante não possuía um endereço físico e um telefone fixo, o que foi confirmado, a posteriori, o seu fechamento.

Em Planaltina, foram entrevistados o Sr. Valdemir Pereira, presidente da Associação de Moradores de Planaltina, o Sr. Sérgio Alves, mais conhecido como “Magu”, Gerente de Cultura e Esportes e o Sr. Mário Gomes, Vice-Presidente da Associação Comercial de Industrial de Planaltina. Para ambos, há turismo em Planaltina, seja na área rural e na área urbana. Para Pereira, ela se concentra mais na área urbana, sobretudo pelas rugosidades dispostas em seu Setor Tradicional, onde os casarões da Década de 1850 foram transformados em museus. Para Gomes e Alves, vulgo Magu, há atrativos nas áreas urbanas e rurais, incluindo-se eventos religiosos, como a Ressurreição no Morro da Capelinha, eventos exotéricos, na Vila do Amanhecer e também na Zona Rural, como eventos na Colônia Agrícola do Rajadinha e do 26 de Setembro. Para os três, o que mais atrai turista é a encenação na Sexta-Feira santa, seguido do Vale do Amanhecer e, por último, a questão histórico-cultural no Setor Tradicional e rural, já no limite com o Paranoá. A atuação é mais consistente pela Administração, onde há o apoio financeiro, principalmente com o aporte de emendas parlamentares, para o evento do Morro da Capelinha, além de estruturação da infraestrutura e de apoio ao turismo. Não há nenhum registro, tanto por Pereira e Gomes, de ações para a consolidação do turismo na Região Administrativa de Planaltina.

Em Sobradinho, foi analisada a sua porção territorial maior, incluindo Sobradinho II e Fercal. Foram entrevistados o Sr. Júlio Augusto, presidente da associação comercial e industrial de Sobradinho I, Sobradinho II e Fercal, a Sra. Idenilda Silva, Gerente de Cultura e Lazer da Administração de Sobradinho II e Fercal e a Sra. Eurides Andrade, mais conhecida como “Dona Nildinha”, líder comunitária da Fercal. Os três foram unânimes que

existe turismo, mas que todos eles ficam na Fercal, e não em Sobradinho I e II. Os principais atrativos são trilhas, espeleoturismo, cavalgadas, e caminhadas, com o destaque a Fazenda Confiança, um centro de esportes de aventura e caminhada. Claramente, há um foco a objetos do turismo para segmentos do turismo de aventura. Apesar disso, não há apoio, seja da administração, da associação comercial e da associação de moradores para o apoio da Fercal, sendo estes provocados, majoritariamente, pelos donos dos empreendimentos.

Em Taguatinga, foram entrevistados o Sr. Lúcio Peixoto, da Assessoria de Comunicação da Administração de Taguatinga e o Sr. José Costa, Vice-Presidente da Associação Comercial e Industrial de Taguatinga, onde houve discursos contraditórios. O primeiro considerou somente o evento de Pentecostes, no Taguaparque, um espaço de lazer da cidade, como um atrativo de turismo, sendo que o Sr.^a Costa considerou que não havia objetos do turismo em Taguatinga e que ficava restrito ao Plano Piloto. Uma terceira opinião, da associação de moradores, não foi encontrada, pois não existe associação de moradores na Região Administrativa, somente de algum de seus setores, mesmo sendo uma das maiores e mais importantes do Distrito Federal. Para o turismo, as ações são focadas inteiramente para esse evento, com a disposição de policiamento, linhas de ônibus e banheiros químicos.

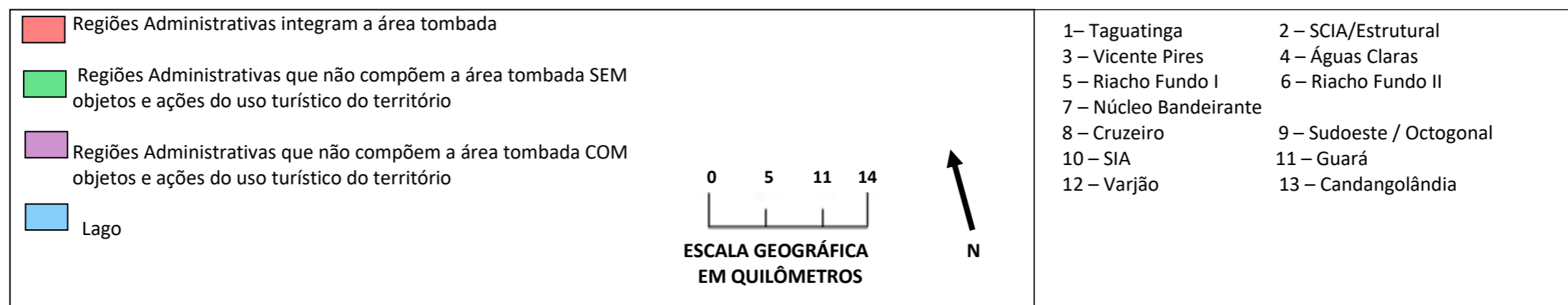
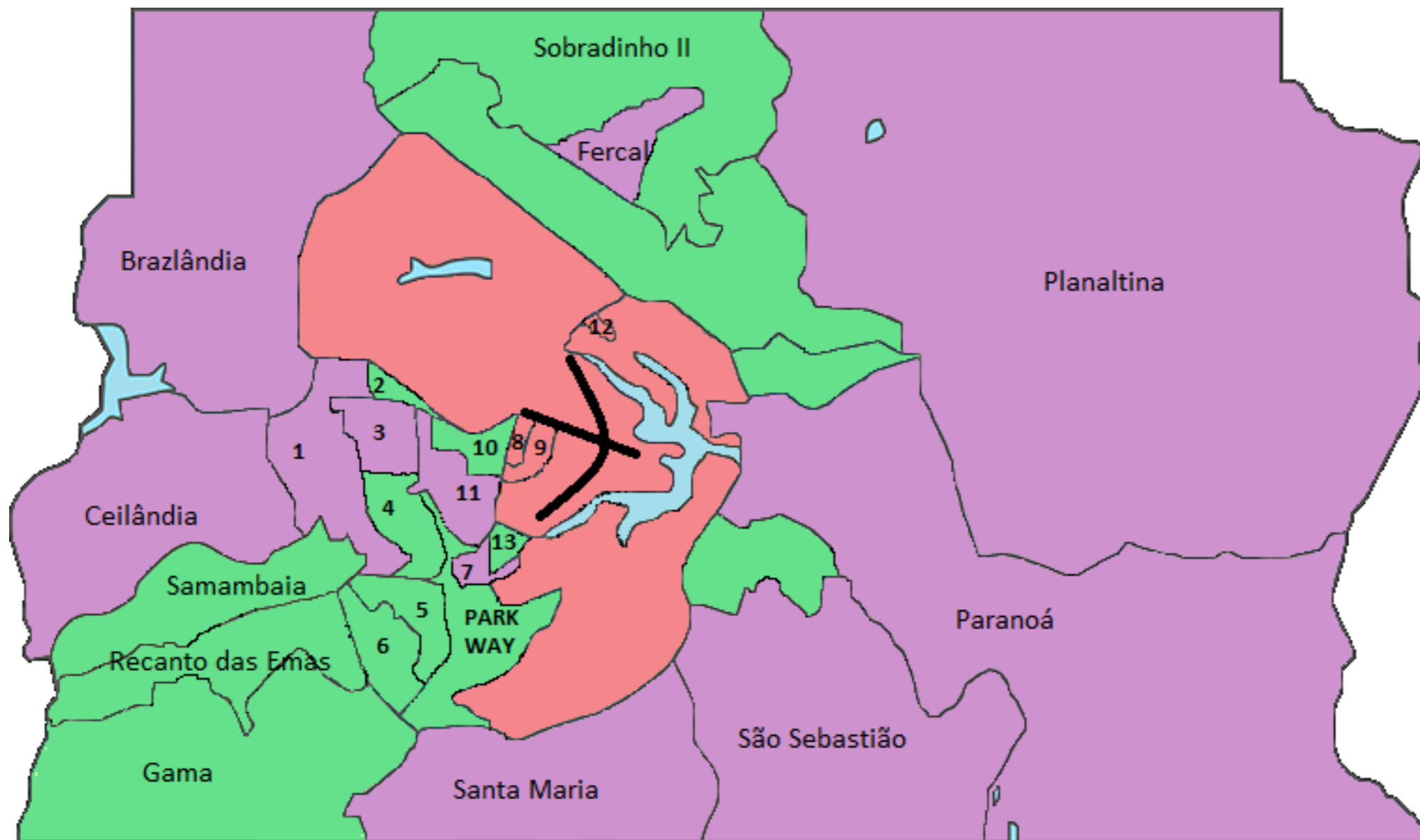
Nas Regiões Administrativas do Guará, SIA, SCIA e Estrutural foram quatro entrevistas: Sr. Adairton Teixeira, presidente da associação de moradores da Estrutural, Sr. Carlos Kobayashi, Presidente da Associação Comercial do SIA, Sra. Kenia Sabino, Gerente de Cultura da Administração Regional do Guará e o Sr. Deverson Lettieri, presidente da Associação Comercial do Guará. Em todos, há o reconhecimento que os objetos do turismo estão no Guará e no SIA, envolvendo estabelecimento de compras, sendo a Feira do Guará a que mais gera um fluxo de pessoas “de fora”. A Sra. Sabino deu grande ênfase à importância da Feira do Guará, como sendo o que mais recebe pessoas “de fora do Guará”. O apoio é a administração da Feira, conjuntamente com as associações dos feirantes, bem como a promoção de eventos e a promoção de infraestruturas básicas e sinalizações.

Nas regiões administrativas de Águas Claras e Vicente Pires, foram entrevistados o Sr. Manuel Elias, Vice-Presidente da Associação Comercial e Industrial de Águas Claras e o Sr. Klayton Almeida, chefe da assessoria de comunicação da Administração de Vicente Pires. Para o Sr. Elias, é evidente que Águas Claras se manifesta como uma cidade-satélite do Plano Piloto, se destacando por seu parque e por seus empreendimentos noturnos, que

atraem as pessoas de fora, principalmente de Taguatinga, mas ainda não são consolidados é, segundo, há um maior interesse em “consumo do que turístico”, não que o turismo também não seja consumo, do território, inclusive. O entrevistado corrobora, por fim, com o Sr. Almeida ao afirmar que em Vicente Pires, principalmente devido a Feira do Produtor, há um maior número de pessoas fora do, como ele chamou, “eixo EPTG” (Taguatinga, Águas Claras, Vicente Pires e Guará). A administração fornece apoio à infraestrutura da localidade, com a limpeza, a manutenção e a conservação da rede de energia, água e pavimentação.

Na Região Administrativa do Paranoá, foram entrevistados o Sr. Antônio Oliveira Silva, conhecido como “Marola”, Gerente de Desenvolvimento Econômico da Administração da Paranoá, o Sr. Gerson Silva, conhecido como “Nito”, da Associação dos Pioneiros do Paranoá, principal liderança da região administrativa e o Sr. José Rodrigues Alves, presidente da Associação Comercial e Industrial do Paranoá. Há uma clara divisão do uso do turismo no Paranoá: as áreas próximas ao seu núcleo urbano e suas zonas rurais. Segundo Oliveira Silva, é notável um maior uso do território na zona rural, pois na zona urbana somente há o reforço às visitas ao aspecto de contemplação da paisagem do Plano Piloto de Brasília e também ao uso turístico do Lago Paranoá, de modo que é bastante distante, segundo a fala do Sr. Alves, quanto do Sr. Silva, a existência do uso turístico do território no Paranoá, o que foi reiterado por Oliveira Silva, quando citou que muitos moradores da área urbana alegam “não conhecem o Paranoá por completo”. Impulsionado pelo grande extensão da área rural e de sua agricultura familiar e de seu agronegócio, há o uso do território pelo turismo, principalmente na localidade do PAD-DF, uma colônia agrícola da Região Administrativa, tendo, como expoente, objetos voltados ao turismo rural e eventos e negócios com temas rurais, como, por exemplo, a AgroBrasília e a Semana Farroupilha.

Das catorze áreas que foram analisadas, dez sinalizaram que havia, de fato, um conjunto de objetos e ações para o uso do território, pelo turismo, no Distrito Federal fora da área não considerada “patrimônio mundial da humanidade”, conforme o *Mapa 2*:



*Mapa 2.2. – Regiões Administrativas onde se manifestam ou não o uso turístico do território.
Fonte: Elaborado pelo autor (2017).*

As Regiões Administrativas listadas em vermelho – Brazlândia, Ceilândia, Taguatinga, Vicente Pires, Guará, Santa Maria, Núcleo Bandeirante, São Sebastião, Paranoá, Planaltina e Fercal – onze no total, há objetos dispostos no território utilizados pelo turismo. Já as Regiões Administrativas de Samambaia, Recanto das Emas, Riacho Fundo I, Riacho Fundo II, Gama, Park Way, Itapoã, Estrutural, Cidade do Automóvel, Águas Claras e Jardim Botânico não possuem, segundo parte dos sujeitos que organizam, planejam e usam o turismo no território corroboraram. Portanto, esse trabalho focará a análise nessas onze regiões administrativas e em seus principais objetos turísticas.

Dentro dessas Regiões Administrativas, há lugares mais turísticos do que outros, justificado que tal afirmativa depende da cultura preponderante no período histórico, que ressignifica ou não objetos dispostos no território para o turismo (Cruz, 2003). Isso incide, basicamente, em seu sistema de ações, seja na quantidade de pessoas que vêm de fora para o turismo, seja nas decisões, planejamentos e regulações por parte do governo, de empresas e de moradores locais. Para essa pesquisa, os lugares turísticos que serão analisados são aqueles em que há uma consolidação, no período da pesquisa, em seus sistemas de fluxos, conforme abordado nas pesquisas de campo, listadas no subitem anterior deste capítulo. Os atrativos estão listados na *Tabela 2.2.*

Região Administrativa	Lugares turísticos a serem levantados
Brazlândia	Festa do Morango
Ceilândia	Feira da Ceilândia
Taguatinga	Festa de Pentecostes
Vicente Pires	Feira do Produtor de Vicente Pires
Guará	Feira do Guará
Santa Maria	Cachoeira do Tororó
São Sebastião	Fazenda Taboquinha
Paranoá	AgroBrasília
Planaltina	Circuito Rajadinha Vale do Amanhecer Museu Histórico de Planaltina
Fercal	Fazenda Confiança

Núcleo Bandeirante	Mercadão do Núcleo Bandeirante Museu Vivo da História Candanga
--------------------	---

Tabela 2.2. – Objetos turísticos dispostos no território, segundo os atores que usam o território em decorrência das lógicas do Estado, do capital e da necessidade, no grupo de Regiões Administrativas do Distrito Federal.

Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

A partir de uma segunda pesquisa de campo, com entrevistas semiestruturadas com turistas e aqueles que organizam e são responsáveis pelos atrativos turísticos será possível mensurar se o sistema de objetos e ações é consolidado e se manifesta, no uso do território, o processo de homogeneização.

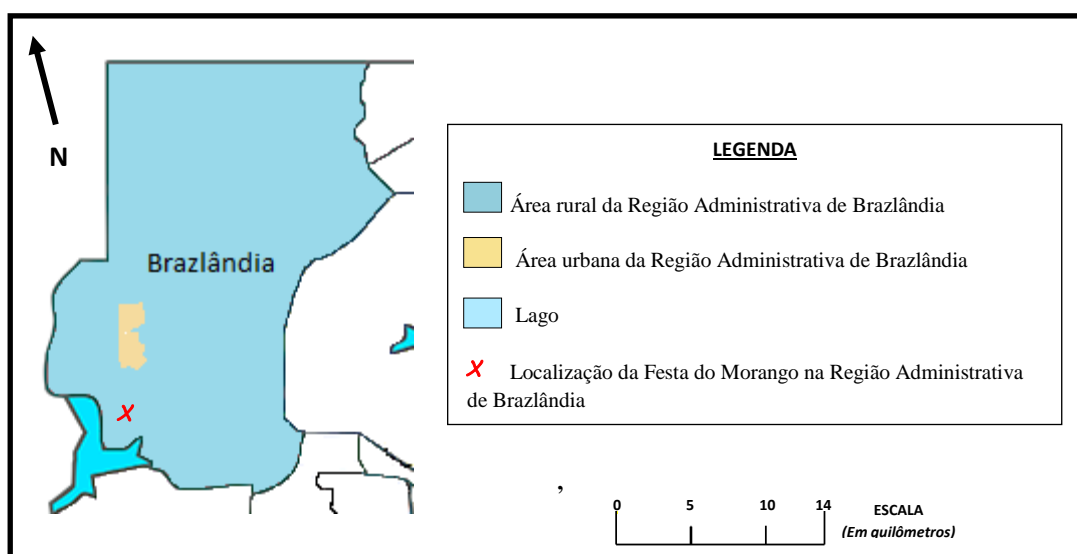
3. AS REGIÕES ADMINISTRATIVAS “TURÍSTICAS”

Os objetos dispostos no Distrito Federal para o uso do território, pelo turismo, foram elencados em decorrência dos sujeitos sociais que, de certa forma, interagem com o território para a constituição do mesmo, por meio de seus representantes da superestrutura turística, ou seja, os atores que lidam diretamente na governança, no uso, na elaboração de políticas públicas, privadas ou estatais, para a regulação, normatização e conservação destes mesmos objetos turísticos do território. Com os objetos turísticos revelados, é possível, a partir disso, mensurar qual a percepção dos turistas e dos donos e/ou representantes da gestão desses objetos do uso do território e como se manifesta o processo de homogeneização e heterogeneização do território no Programa de Regionalização do Turismo no Distrito Federal.

3.1. Brazlândia

A aglomeração populacional na área hoje considerada Região Administrativa de Brazlândia surgiu antes da construção de Brasília, no ano de 1932, onde se desenvolveu às margens da antiga estrada Planaltina-Goiânia e, a partir da inauguração da nova Capital Federal, em 1960, passou a ser constituída como integrante do novo Distrito Federal. Criada legalmente pela Lei 4.545/1964 constitui-se uma de uma área total de 474.83 KM² onde, desse total, 469.59 KM² corresponde à área rural, segundo dados da Pesquisa Distrital de Amostras a Domicílio de Brazlândia, com base no ano de 2015. A população da área urbana é de 52.287 pessoas e na área rural se totalizava próxima aos 31.000 pessoas, conforme o *Mapa 3.1.*

Em decorrência do não desenvolvimento total do comércio e serviços que gira em torno da população urbana, considerada baixa se comparadas às outras Regiões Administrativas, assim como, pela sua distância do centro de Brasília, 48 quilômetros no total, ocasionou um desenvolvimento bem mais abrangente do primeiro setor em sua economia local. Segundo a EMATER-DF (2016), a Região Administrativa, no ano de 2016, foi a maior produtora de morangos da Região Centro-Oeste do Brasil e está entre as cinco áreas que plantam a fruta no índice de competitividade e tem números consideráveis na produção e na produtividade de goiabas.



Mapa 3.1. – Áreas urbanas e áreas rurais da Região Administrativa de Brazlândia e localização da Festa do Morango.

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

A agricultura, como a uma importante manifestação do capital no uso do território da localidade, influi na realidade, no cotidiano e das demandas e nos outros usos do território, entre eles, o turismo. Das respostas colhidas de quais objetos eram mais importantes, todas eram orientadas para a segmentação do turismo rural ou no máximo do de natureza, mas o maior deles, tanto pelo engajamento dos sujeitos sociais, tanto pela quantidade de turistas, era a Festa do Morango e não houve, em nenhuma vez, a indicação de objetos do turismo constituídos na área urbana, conforme o Mapa XXX.

3.1.1. Festa do Morango

A Festa do Morango é um evento, que sempre ocorre entre os meses de agosto e setembro, na época de colheita da fruta, que ocorre na área rural de Brazlândia. Na 22ª Edição, realizada nos fins de semana entre o dia 1º de Setembro até 10 de Setembro de 2017 passaram pelo evento cerca de 30 mil pessoas, não mensurado, pela organização, precisamente a quantidade de pessoas que passaram pelo local, com a justificativa de que se tratava de “um evento onde a entrada era franca”.

O evento sempre é organizado pela Associação Rural e Cultural Alexandre de Gusmão – ARCAG, que reúne todos os agricultores locais, todos de base familiar, e não necessariamente somente de quem faz o plantio de morango. Apesar disso, na edição do ano de 2017, houve o patrocínio e/ou o apoio de grandes empresas, como o BRB, o Banco de

Brasília e a Rede Globo. A estrutura se dividia em duas partes: a primeira mais ligada ao morango e ao meio rural, onde havia o contato direto com os produtos e com os produtores de morango da localidade, área essa apelidada de *morangolândia*, todos associados à ARCAG, premiações de “melhor vegetal”, “melhor fruta”, “melhor hortaliça” e em outros shows de bandas sertanejas locais e um parque de diversão desconexo com a questão rural.

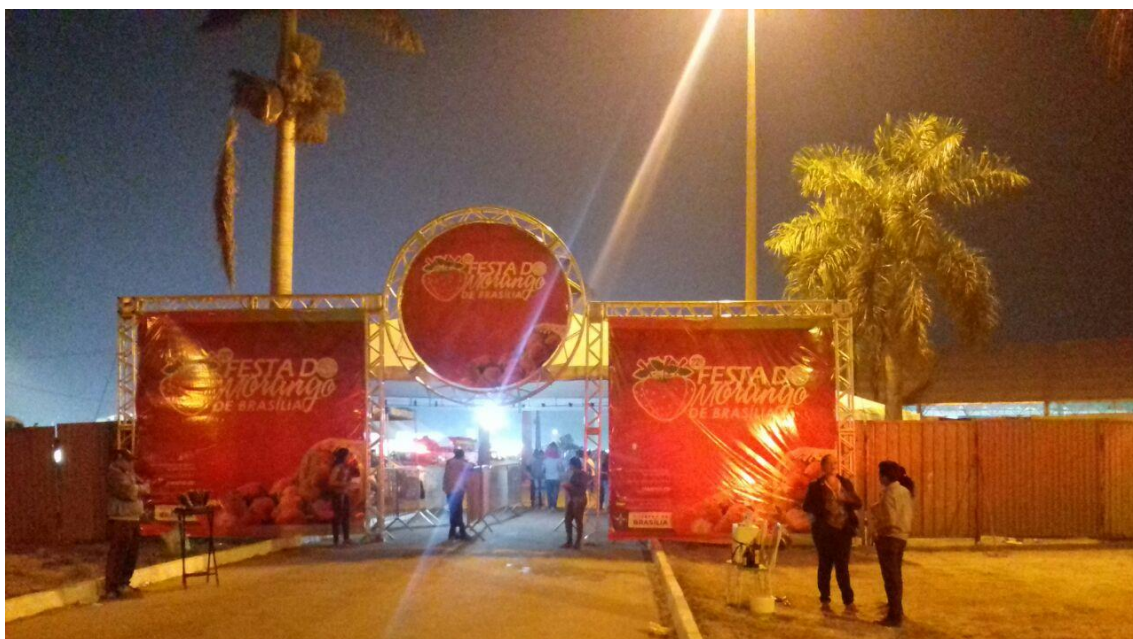


Figura 3.1. – Entrada principal da Festa do Morango na edição de 2017.

Fonte: Fotografado pelo autor (2017).

Por meio da pesquisa de campo e das entrevistas semiestruturadas, tanto para os que estavam na festa, doze ao total, quanto ao Sr. Takao Akaoka, presidente da ARCAG, é possível perceber que a maioria do público não é morador de Brazlândia, mas sim das Regiões Administrativas próximas, principalmente Ceilândia e Taguatinga. É possível perceber nas palavras do Sr. Akaoka um grande envolvimento da comunidade, frisando sempre que somente os produtores do “centurão [sic] agrícola de Brazlândia participam das festividades”, que não se estendem somente para a venda e o cultivo do morango, mas para a comercialização e exposição de produtos de artesanato, floricultura e hortifrutigranjeiros.

A percepção entre os turistas foi unânime nessa constatação. Apesar de claro apoio governamental, sobretudo por meio da EMATER-DF e da Secretaria de Agricultura do GDF, não há uma consideração de que fora da gestão da ARCAG não há empenho e esforço para a atração e a consolidação da festa. Também aponta-se que não há, segundo os

entrevistados, a participação de moradores locais da área urbana de Brazlândia, somente os da área rural.

Apesar disso, é significativa a participação de empresas para uma ação de propaganda e *marketing* na localidade, onde, por unanimidade, lembraram-se do apoio da Rede Globo nesse quesito e onde a mesma dispunha de um estande no meio, literalmente, do evento, conforme a Figura XXX e de campanhas nas redes sociais e do sítio oficial, onde ocorreu, inclusive, a divulgação de uma falsa programação, que continha nela a presença de cantores de grande projeção nacional, o que, dois dias antes do evento, a própria ARGAG mandou mensagem em sua página oficial no *facebook* desmentindo tal fato.

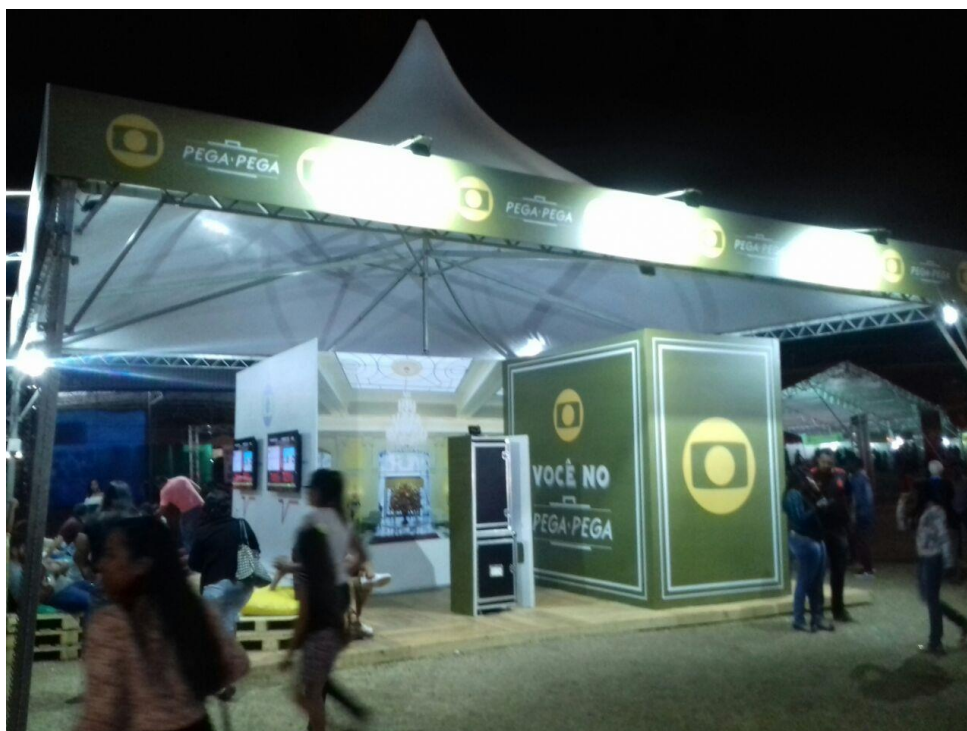


Figura 3.2. – Estande da Rede Globo na Festa do Morango.

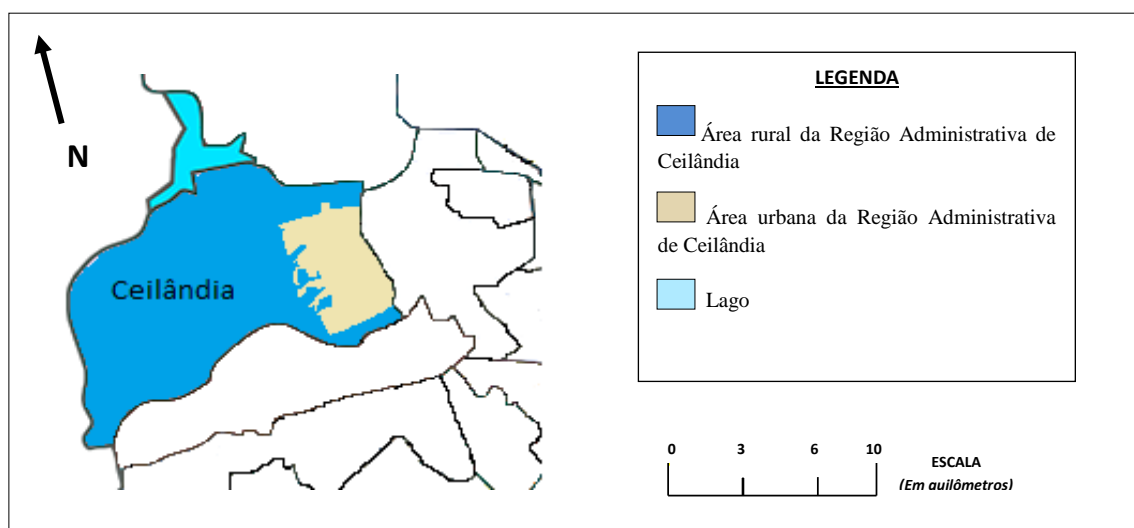
Fonte: Fotografado pelo autor (2017).

Sobre o turismo, todos os entrevistados afirmam a sua importância, principalmente pelo aspecto econômico que ele impacta no território, como a criação de empregos, sobretudo e que, também de forma unânime, há uma centralização das ações governamentais, essencialmente, e das ações empresariais do turismo na Região Turística de Brasília, que são voltadas, segundo os entrevistados, para a promoção turística da Brasília monumental e inserida na área tombada, desdenhando as outras áreas em seu entorno.

3.2. Ceilândia

A Ceilândia surgiu em 1971, derivada de uma política de limpeza social e exclusão sócioespacial travestida de política habitacional, alcunhada de CEI – Campanha de Erradicação de Invasões, que visava a retirada de favelas e, conseqüentemente, de seus moradores da área próxima à parte central de Brasília. A política destinava lotes de 250 m² em uma área a oeste de Taguatinga onde se deslocaram cerca de 80 mil pessoas (Hamaral, 2013).

Essa população, de maioria nordestina, de acordo com a Pesquisa Distrital de Amostras a Domicílios de 2015, publicada em 2016, a última do gênero, onde essa maioria perdurou até o ano de 2011, quando os nascidos no Distrito Federal passaram a ser maioria na composição demográfica da localidade. Junto com o deslocamento forçado pelo governo local indicado pelos generais-presidentes do regime militar, os migrantes levaram os seus costumes e as suas práticas para a área na qual fora delimitada para a criação de Ceilândia (CODEPLAN, 2016). De certa forma, isso desdobrou na forma de como o capital, compostos principalmente por microempresas familiares, foram estruturados. Mesmo com uma área rural maior que a área urbana, conforme o *Mapa 3.2.*, Ceilândia possui cerca de 490 mil habitantes, configurando como a Região Administrativa mais populosa do Distrito Federal.



Mapa 3.2. – Áreas urbanas e rurais da Região Administrativa de Ceilândia.

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Com isso, foram formadas inúmeras feiras, ao invés de lojas de ruas ou galerias comerciais, como era estruturada a lógica urbanística de Brasília, com a setorização do

comércio e do terceiro setor alocados na margem da Via W3-Sul e, depois, no Shopping Conjunto Nacional. Essas feiras nasciam naturalmente, ao longo das vias de circulação da cidade. O lazer e o entretenimento foram constituídos também pela maioria nordestina. Espaços de lazer como o Quarentão, desativado em 2000 para dar espaço a um restaurante comunitário do terceiro governo Joaquim Roriz, e a Casa do Cantador foram construídos e entregues para a população.

Na atualidade, o uso do território, pelo turismo, em Ceilândia tem em sua gênese, essa concepção dos laços nordestinos com a população local. Isso é evidente que, para os entrevistados na primeira parte da pesquisa de campo, os objetos no território que possuem uma ligação com esses laços foram citados, sendo a Feira da Ceilândia a mais usada, pelo turismo, no território, conforme a *Figura 3.3.* A Feira localiza-se no centro de Ceilândia, ao lado da Caixa D'água e margeia a Avenida Hélio Prates, a principal via terrestre de saída e chegada e o segundo no Setor Guariroba. Outros objetos turísticos foram citados, principalmente ligados a essa questão cultural, como a Casa do Cantador e objetos destinados para o turismo na área rural.

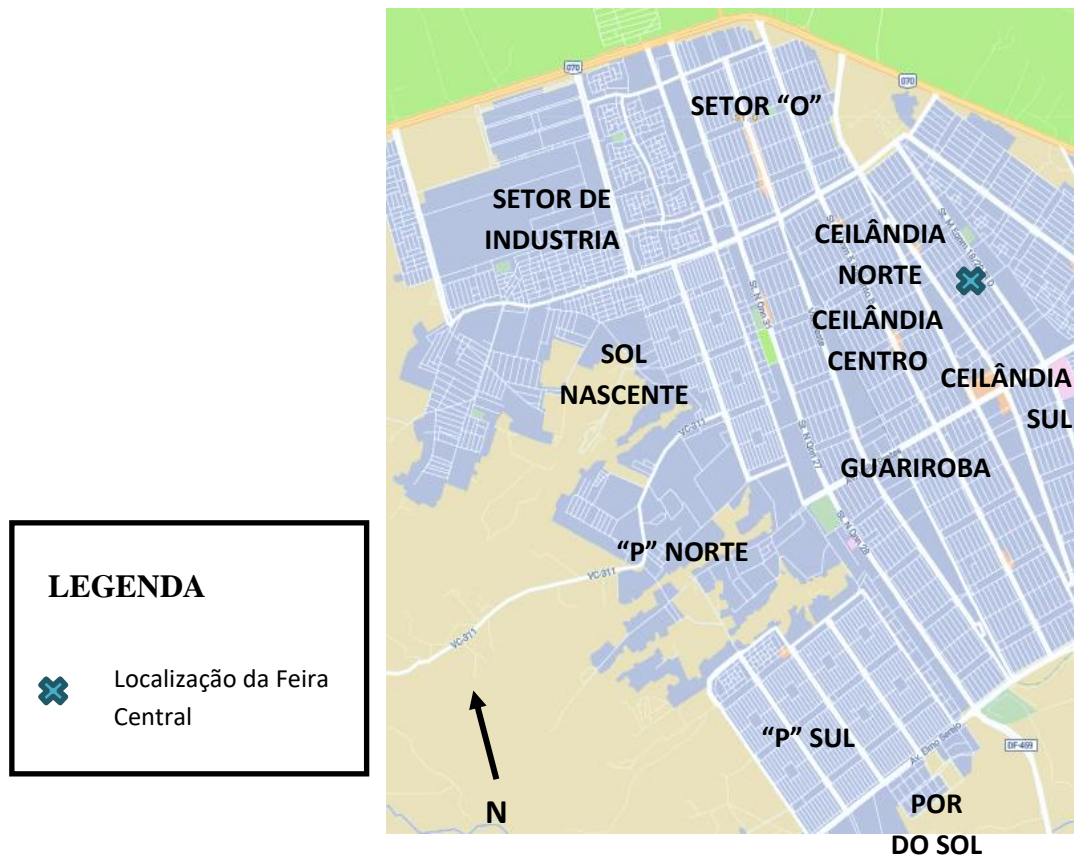


Figura 3.3. – Localização da Feira da Ceilândia na Região Administrativa de Ceilândia.

Fonte: Google Maps, com adaptações do autor (2017).

3.2.1. Feira Central de Ceilândia

A Feira Central de Ceilândia surgiu, inicialmente, de forma espontânea, na conhecida Praça dos Eucaliptos. A partir de 1973, dois anos após a criação da Ceilândia, esses comerciantes se deslocaram para a região central, onde hoje está a Feira, ao lado da Caixa D'água e contigua à atual Avenida Hélio Prates. Em 1982, dado o seu crescimento, foi iniciada a construção definitiva da Feira, em sua forma atual, composta por 463 boxes, inaugurada em 1984. Na atualidade, a Feira se constitui como um dos principais atrativos turísticos da Região Turística de Brasília, tendo-se destacado por grandes veículos de comunicação de massa de tiragens nacionais e internacionais (Sousa, 2015). A Feira funciona de quarta-feira a domingo, diuturnamente, e progressivamente nas últimas semanas do ano, nos sete dias da semana.



Figura 3.4. – Fachada sul da Feira da Ceilândia.

Fonte: Fotografado pelo autor (2017).

A Feira é administrada pela ASFEC, Associação dos Feirantes da Ceilândia, que não só administra a Feira Central, mas também as outras feiras da Região Administrativa. O Sr. Jonathan Araújo, eleito pela maioria dos feirantes presidente da Associação há apenas um ano, após mais de três décadas de uma única diretoria, foi o entrevistado, juntamente com 15 pessoas, todas de fora da Ceilândia, no dia 7 de Outubro de 2017.



Figura 3.5. – Corredor dos boxes que servem as comidas típicas.

Fonte: Fotografado pelo autor (2017).

Conforme a *Figura 3.5.*, a Feira tem divisões internas, em decorrência do serviço e dos produtos que são comercializados, sendo os boxes de alimentação os mais procurados pelas pessoas que procuram a Feira: uma parte para o ramo de alimentação, outra para vestiários, calçados, peixarias e abate de aves vivas. A Feira e sua administração são bastante próximas, não só da comunidade de feirantes, mas também da comunidade local de Ceilândia, o que é perceptível pelas falas do Sr. Araújo, mas também dos outros entrevistados, onde essa administração há instâncias políticas de nuances democráticas, onde mensalmente são realizadas assembleias públicas, onde os moradores da cidade têm direito a voz, e os feirantes, ao veto e ao voto. É perceptível a presença de grandes empresas somente na divulgação e na sinalização da Feira, como na *Figura 3.5.*, onde a OI patrocinou-as, externamente e internamente, durante a gestão anterior da ASFEC, mas não na gestão da ASFEC e no dia-a-dia da Feira, que, para qualquer modificação, deve ser apresentada à associação e aprovada pela maioria dos feirantes regularizados com a taxa de manutenção da Associação. Até mesmo as ações de *marketing* e propaganda não têm a participação não se efetiva por meio do grande capital, mas sim pelas demandas e financiamento da própria comunidade da feira, que se utiliza das mídias sociais e de inserções na TV para tal fim.

O turismo se manifesta, conforme verificado, pelas raízes nordestinas da população e seus descendentes, materializada nas comidas típicas, que atraem pessoas de fora da Ceilândia e do DF. Tanto o Sr. Araújo quanto a totalidade dos outros entrevistados são contundentes ao afirmar que o turismo é existente naquele território e que o mesmo é importante, principalmente por uma questão de memória, mas também por uma questão econômica, por dinamizar economicamente a Região Administrativa. Como política pública, todos os entrevistados concordam que o PRT é voltada, basicamente, para os objetos que estão dispostos na área tombada, mesmo a Feira da Ceilândia ser um lugar reconhecido internacionalmente. O Sr. Araújo argumenta que o Governo do Distrito Federal, a partir de 2015, está dando uma prioridade política para as feiras do Distrito Federal, mas, somente no que tange políticas culturais, e não turísticas.

3.3. Taguatinga

A Região Administrativa de Taguatinga surgiu concomitantemente com a construção de Brasília, quando a Cidade Livre, atual Núcleo Bandeirante e a *Velhacap*, atual Candangolândia, não puderam mais abrigar tantos candangos. Inicialmente prevista para vinte mil pessoas no ano de 1968, dez anos após a sua consolidação, hoje tem uma

população de 222.598 mil pessoas (CODEPLAN, 2016). Praticamente sem área rural e com inúmeras centralidades, sobretudo no setor de comércio e serviços, desponta como uma Região Administrativa de grande importância para a economia do Distrito Federal, competindo com a Ceilândia esse ponto, mas com a característica de uma população com maior instrução educacional e maior renda.

Essa importância da economia e do terceiro setor faz Taguatinga ser uma cidade que funciona em horário comercial e, à noite, somente casas de espetáculos, restaurantes e barzinhos serem uma atração e um diferencial na cidade. Na primeira pesquisa de campo, foi lembrado que Taguatinga “não possui turismo”, segundo as palavras de José Paulino da Costa, Vice-Presidente da ACIT – Associação Comercial e Industrial de Taguatinga, pois a maioria dos equipamentos de turismo e lazer se concentrava no Plano Piloto. Apesar disso, houve uma contradição com a fala de outro entrevistado, representante da Administração Regional, que deixou claro que a Festa de Pentecostes atraía mais de “30 mil pessoas de fora do DF”. Assim, o objeto turístico a ser analisado em Taguatinga será esse evento religioso que ocorre anualmente no Taguaparque, o maior parque da localidade, em seu extremo leste, já próximo à Região Administrativa de Vicente Pires, conforme a *Figura 3.6.*



Figura 3.6. – Localização do Taguaparque, localidade que recebe a Festa de Pentecostes.

Fonte: Google Maps, com adaptações do autor (2017).

3.3.1. Festa de Pentecostes

A Festa de Pentecostes ocorre em decorrência da comemoração do Dia de Pentecostes, comemoração cristão onde comemora-se, 50 dias após a páscoa, o surgimento do espírito santo. Geralmente ocorre nos meses de maio ou junho. Esse evento é comemorado e organizado pela Paróquia São Pedro, em Taguatinga, desde 1999, mas, devido a grande quantidade de fiéis ou pessoas que apenas interessam pelo assunto, desde 2013 ele é realizado no Taguaparque.

Antes da realização no Taguaparque, o financiamento e a organização era de total responsabilidade da igreja e de sua referida comunidade, por meio de bazares, contribuições, doações e similares. A partir de 2013, houve uma ajuda da comunidade local de Taguatinga, sobretudo de empresários, e a ajuda, por meio de apoio e financiamento, com a locação e a facilitação de ocupação do Taguaparque para o evento, por parte da Administração de Taguatinga e do Governo do Distrito Federal.

O evento, no ano de 2017, ocorreu entre os dias 02 de junho até o dia 04 do mesmo mês, e, para esse atrativo turístico, as pesquisas foram feitas a posteriori, no dia 15 de Setembro de 2015, com o Sr. Wberthyer Araújo, organizador da festa, e com 12 pessoas que frequentaram o evento e publicaram que estiveram, de fato, nele, em suas redes sociais. Segundo o Sr. Araújo, há consistentemente um envolvimento da comunidade, não só a de Taguatinga Sul, mas de toda Taguatinga. Cinco meses antes, segundo ele, há o início da preparação, onde são reunidas, na Paróquia, voluntários e destinadas funções para eles, assim como o debate de como será o evento: quais as atrações, horários das atrações, criação de comissão de relações públicas e institucionais, etc.... Todos esses trabalham voluntariamente, a maioria da “ala jovem” da igreja, o que totalizou, em 2017, cerca de 2000 voluntários, em média. Os visitantes também asseguraram que há a percepção de envolvimento da comunidade da igreja na preparação, principalmente pelo fato de que, no evento, há a clareza da participação desses voluntários e não de pessoas “de fora” da igreja.

Segundo o Sr. Araújo, as empresas não patrocinam financeiramente o evento, somente dão o apoio com a compra de alguns elementos que serão usados no evento, como a disponibilização de brigadistas e socorristas, bem como a ajuda a montar a estrutura dos palcos e dos estandes. Para os visitantes, é majoritariamente visto que não há a interferência de empresas na gestão e na organização do evento, pois, há uma conscientização que a

entidade religiosa provém tudo do evento, desde o *briefing* inicial até as últimas decisões do pós-evento. Até o próprio *marketing* do evento é feito pela igreja, por meio das redes sociais e de cartazes colados e distribuídos pela igreja para quaisquer pessoas que quer contribuir para o crescimento da Festa. Em decorrência da sua dimensão, ainda argumenta, há uma propagação do evento nas redes de TV, jornais e rádios locais, sendo que não há apoio nem financiamento entre a igreja e essas instituições da mídia para tal ato.

Há uma consideração óbvia, pelo Sr. Araújo, que, de fato, se gera turismo. Ele afirma que, no evento deste ano, foram mais dois milhões de pessoas, durante os três dias de evento. Segundo ele, essa maioria vem de São Paulo, Minas Gerais e a maior parte de Goiás, mesmo não tendo nenhum dado ou controle gerencial para afirmar isso. De qualquer forma, é uma grande quantidade de pessoas e ações, usando aquele território, por meio do turismo. Apesar disso, o entrevistado é contundente ao afirmar que o turismo no Distrito Federal é voltado meramente ao Plano Piloto e isso reverbera nas políticas públicas locais, pois “o evento de proporção como o nosso, que movimenta dois milhões de pessoas, quase não tem apoio, a não ser no transporte público e na segurança, por meio da PM e do DETRAN-DF”. O turismo é importante porque cria uma dinâmica local, contribuindo não só para os fiéis e para a Igreja, mas para toda cidade de Taguatinga e para Brasília.



Figura 3.7. – Fotografia aérea da Festa de Pentecostes durante a edição de 2017.

Fonte: Correio Braziliense (2017).

Essa visão é unânime, segundo os outros entrevistados. O turismo é importante, majoritariamente, devido a uma função econômica: dinâmica evidente e em médio prazo, gerando emprego e renda. Também é evidente, para estes, que o turismo, de fato, em Brasília é muito centrado na área do Plano Piloto, de Brasília, pois não há a remissão, em suas memórias, para outros fins turísticos do território a não ser aqueles ligados as questões política e arquitetônica.

3.4. Guará

O Guará começou a ser estruturado no final da década de 1960. Diferentemente de outras regiões administrativas, o seu objetivo era de abrigar, prioritariamente, funcionários públicos, sobretudo de órgãos do GDF, como, por exemplo, a NOVACAP. Após a sua inauguração, a sua mancha urbana se estendeu, ao longo da década de 1970, formando outras áreas, como o Guará II, o Setor Lúcio Costa e, mais recente, o Polo de Modas e a Cidade do Servidor, compostas pelas quadras QE 44 a 52. Na atualidade, o Guará tem 152.685 habitantes, sendo que a maioria absoluta da população economicamente ativa trabalha fora da cidade, sobretudo no Plano Piloto (CODEPLAN, 2016) e para os que trabalham no local, 9 em 10 moradores trabalham no setor de serviços ou no serviço público. Exceto pelo Parkshopping, estrategicamente às margens da BR-450, são poucas opções de lazer dentro do Guará, sendo preferível, para os seus habitantes, o deslocamento ao Plano Piloto.

O maior centro de comércio da cidade é a Feira do Guará, que tem o maior público nos fins de semana, atraindo, segundo as entrevistas da primeira pesquisa de campo, pessoas de Taguatinga, Park Way e Plano Piloto. Este estabelecimento foi unânime, na opinião dos entrevistados, como um objeto de turismo no território encontrado no Guará, primeiro pela localização, conforme a *Figura 3.8.*, que fica entre os dois principais setores da região administrativa, mas também pela proximidade do serviço metroviário do Distrito Federal, com uma estação a 100 metros da Feira.

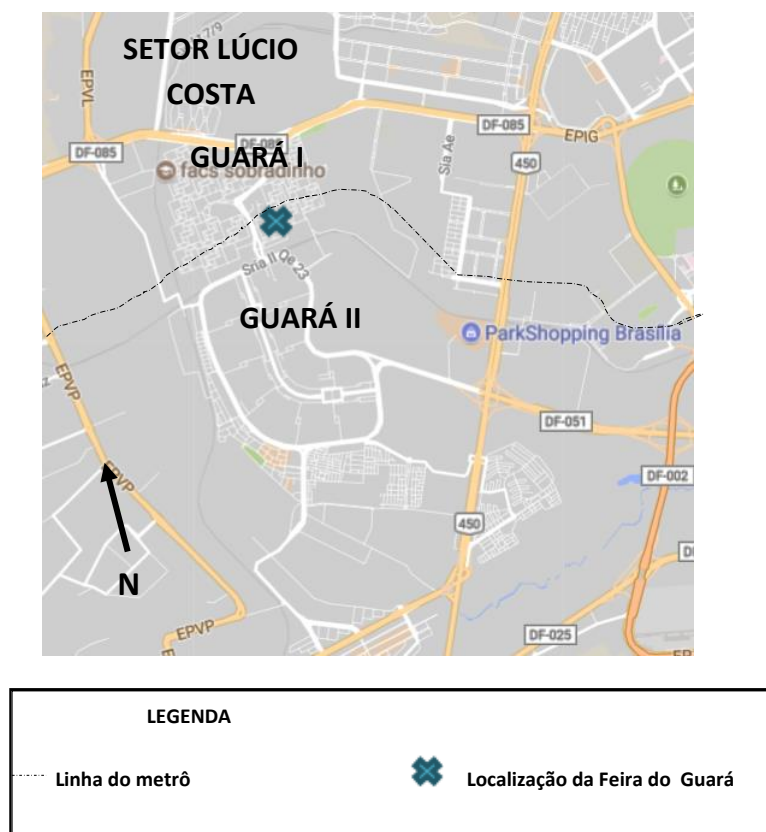


Figura 3.8. – Localização da Feira do Guará na Região Administrativa do Guará.

Fonte: Google maps, com adaptações do autor (2017).

3.4.1. Feira do Guará

A Feira do Guará surgiu em 1969, juntamente com a função da Região Administrativa, no mesmo ano. A sua forma foi consolidada em 1984, com a criação de 500 boxes em uma área coberta, cedidas pela Administração do Guará, como cessão de direito, a utilizada até hoje. Em 2001, inaugurou-se a Estação Feira, vizinha à Feira, conforme a Figura XXX. Ela abre em todas as semanas do ano, sendo que, nos meses de janeiro a outubro abre de quarta-feira a domingo, em novembro abre de terça-feira a domingo e antes do natal a Feira é aberta todos os dias da semana. A outra área de é a que destina-se a venda de produtos têxteis e de calçados e vestiários, como roupas, sapatos, tecidos e similares.

A Feira é gerida pela ASCOFEG – Associação dos Comerciantes da Feira do Guará, liderada por seu presidente, o Sr. Cristiano Jales. Além disso, foram também submetidos para a entrevista o total de 12 pessoas, *in loco*, todas residentes de fora do Guará. Segundo o Sr. Jales, há o envolvimento muito grande entre os feirantes, mas não da comunidade local do Guará, visto que, diferente dele, a maioria dos feirantes não são mais moradores.

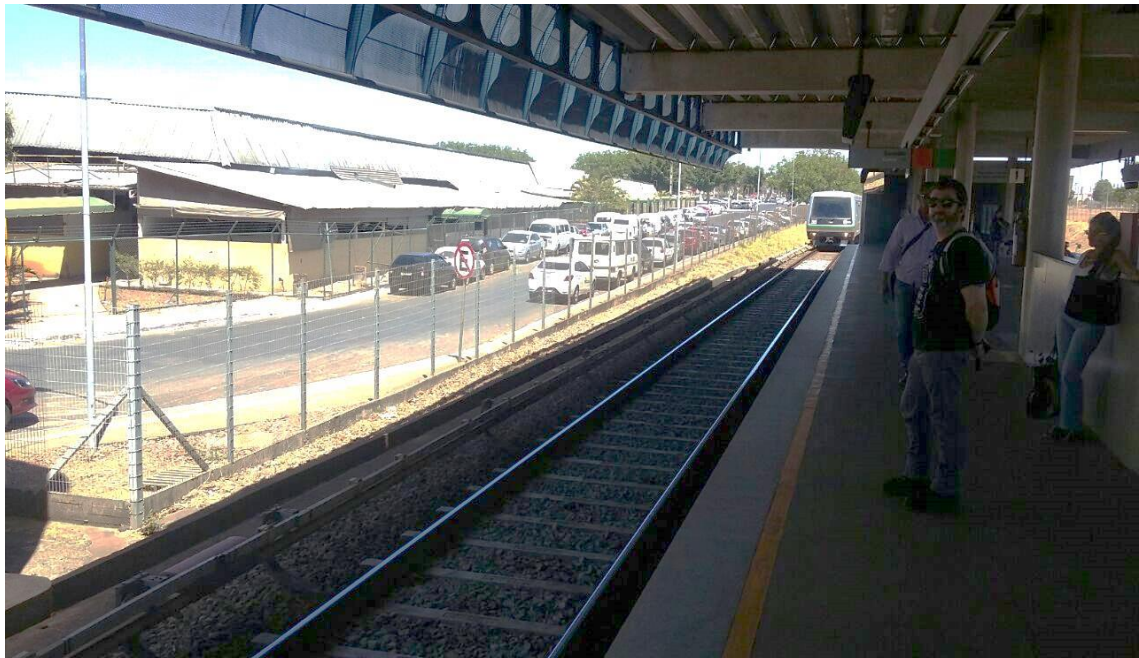


Figura 3.9. – *Estação Feira do metrô, adjacente a Feira do Guará.*

Fonte: Fotografado pelo autor (2017).

A Feira tem dois grandes setores: a área de alimentação, com comidas típicas, venda de produtos vivos e abatidos, peixarias, quitandas, queijos e biscoitos caseiros, e proprietários de boxes, não são mais residentes do Guará, mas sim de outras Regiões Administrativas. Ele diz que há uma importância do local na história do Guará, mas poderia ser mais reconhecida, sobretudo como um “espaço de lazer”, visto que parte da população prefere se deslocar ao Plano Piloto e à Taguatinga para esse fim. Para os visitantes, há um entendimento contrário: que a Feira é totalmente integrada com a comunidade local, sendo esta protagonista e partícipe entusiasta na gestão da Feira.

A gerência da Feira não conta com nenhuma participação de grande empresa, sendo gerida pela Associação, que é escolhida mediante a maioria dos votos dos feirantes que estão quites e em dia da contribuição anual para a ASCOFEG. Segundo o Sr. Jales, essa contribuição anual é uma taxa cobrada para a melhoria da Feira, como pontos de acessibilidade, instalação de caixas eletrônicos, conservação da rede de água, luz e limpeza de banheiros. Essa gestão é voltada para o turismo para oferecer um diferencial “do turismo de Brasília”, onde o *marketing* é feito por meio de redes sociais, sobretudo o *facebook* e comerciais pagos que passam na TV local. É notável que os outros entrevistados também não vejam a gestão da Feira por grandes empresas, sendo, para eles, um desdobramento da política interna entre os feirantes e a associação dos feirantes.

Com isso, o turismo é uma das formas de se pensar o turismo, pois é um destaque diferente e, devido à proximidade do metrô, até um potencial turismo, que segundo, incrementa e pode incrementar ainda mais o faturamento dos feirantes, e indiretamente, do Guará. Essa visão econômica também é ampliada pela visão dos outros entrevistados, sendo que, tanto a opinião do Sr. Jales, tanto as opiniões de todos os outros entrevistados, que o turismo, na Região Turística de Brasília, é voltado, basicamente, para os atrativos do Plano Piloto, sem nenhuma interferência de outros atrativos turísticos, que não aqueles, serem cogitados para a política de turismo local.

3.5. Vicente Pires

A Região Administrativa de Vicente Pires tem esse nome derivado da Colônia Agrícola Vicente Pires. Antes do rezoneamento que a definiu como área urbana, esta área serviria como uma espécie de “cinturão verde” ao redor do Plano Piloto, fornecendo produtos hortifrutigranjeiros para o abastecimento de Brasília. A partir da década de 1980, a ocupação do solo naquela área passou por modificações: saem as chácaras e entram condomínios parcelados nos terrenos que, outrora, deveria apenas produzir hortaliças e similares, com um processo onde a grilagem de terra, públicas, na maioria, tornou-se prática recorrente. No ano de 2009 foi “emancipada” da Região Administrativa de Taguatinga e passou a ser a trigésima região administrativa do Distrito Federal.

Na atualidade, o local possui 72.879 pessoas (CODEPLAN, 2016). Apesar da ocupação urbana, ainda possui alguns resquícios de ruralidade e até algumas chácaras, conforme a *Figura 3.10.*, que produzem e vendem seus produtos para mercados de Águas Claras e Taguatinga. Em decorrência disso, foi apontado nas pesquisas de campo que a Feira do Produtor de Vicente Pires é um objeto do uso do território pelo turismo na localidade, principalmente pela proximidade com o produtor, qualidade dos produtos e o preço menor que nas grandes redes varejistas de supermercados.

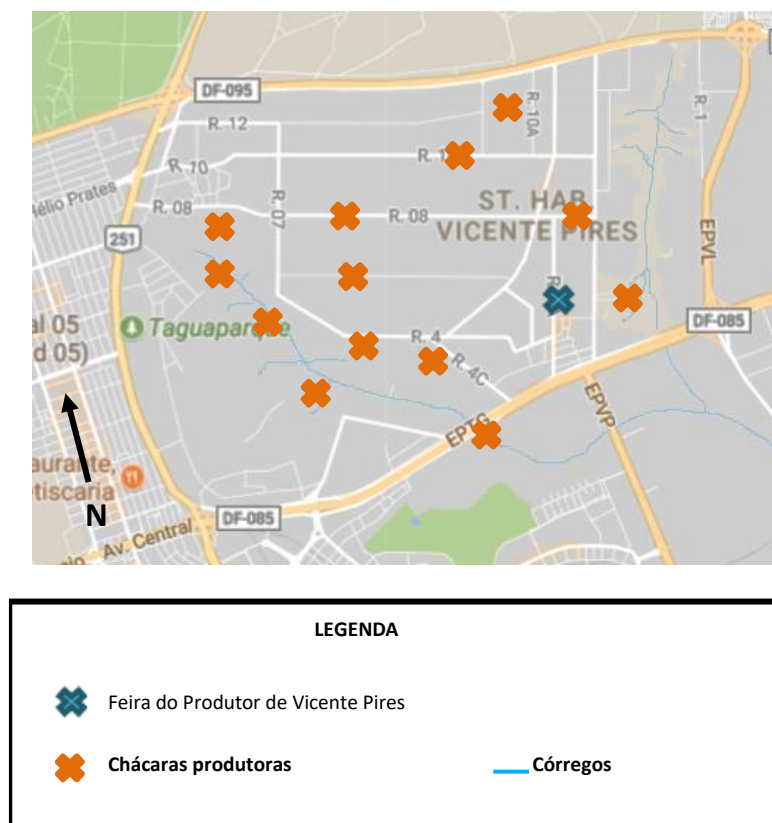


Figura 3.10. – Localização das chácaras e da Feira do Produtor de Vicente Pires

Fonte: Google Maps, com adaptações do autor (2017).

3.5.1. Feira do Produtor de Vicente Pires

A Feira do Produtor de Vicente Pires surgiu em sua forma atual, em 1995, com 170 boxes, onde se vende, exclusivamente, produtos do gênero hortifrutigranjeiro. O meio de acesso se dá pela EPTG, a Estrada Parque Taguatinga, não possuindo linhas de ônibus transitando próximo à Feira. A Feira abre predominantemente nos fins de semana, atingindo o auge de uso nos sábados, mas alguns boxes abrem também entre quarta-feira a sexta-feira. A Feira é administrada pela Associação dos Feirantes da Feira do Produtor de Vicente Pires – AFEIVIPS, que administra e gerencia a Feira, em um galpão ao lado da Administração do Vicente Pires, conforme a *Figura 3.11.*, que pertence à Secretaria de Agricultura do Distrito Federal e é cedida, por meio de cessão de direito, aos feirantes e à própria administração da associação.



Figura 3.11. – Estacionamento e a Feira do Produtor de Vicente Pires, ao fundo.

Fonte: Fotografado pelo autor (2017).

O Sr. Walter Rocha preside a associação, além de integrar a UNAVIP - União das Associações e Lideranças Representativas da RA XXX - Vicente Pires, que funciona como uma espécie de confederação de todas as outras associações locais. Com a taxa mensal de cada feirante, a AFEIVIPS cria melhorias na feira, como condição na infraestrutura, nos boxes, na limpeza e conservação de espaços públicos, banheiros e na área de alimentação.

Além disso, foram feitas 12 entrevistas semiestruturadas com os visitantes, que, em sua maioria, não são habitantes de Vicente Pires, mas de Taguatinga, Águas Claras e do Guará. A percepção do Sr. Rocha é que a Feira é um importante objeto do turismo que tem grande apoio da comunidade, apesar de que, segundo ele “40% dos boxes não há mais produtores, e sim, revendedores”. Também entende-se que parte dos feirantes não são moradores e/ou produtores de Vicente Pires, mas de outras RA’s, como Ceilândia e Riacho Fundo I. Mas, apesar disso, a comunidade de Vicente Pires vê na Feira um dos principais lugares da cidade, pois ele desperta uma sensação de “identidade e pertencimento”. Essa opinião, de certa forma, contrasta com as dos visitantes, que percebem que há um inteiro envolvimento da comunidade de Vicente Pires, apesar de hoje, segundo o Sr. Rocha, em percepção sem rigor científico, afirmar que há mais compradores “de fora” supera os de “dentro”.

Apesar disso, é nítida a percepção que a gestão é feita em parceria de duplo sentido entre os feirantes e a AFEIVIPS, sem nenhuma interferência de outras empresas de grande porte, seja no *marketing*, seja no financiamento ou melhoria das condições da Feira e de seu retorno. A AFEIVIPS, argumenta o Sr. Rocha é uma espécie de “conselho” que “ouve os feirante para fazer a sua gestão e a gestão da Feira”. Para os outros entrevistados, a questão da participação de grandes empresas é contraditória. A maioria defende que deveria haver, sim, uma aproximação com a iniciativa privada e o empresariado – local ou não – para melhorias no que tange a infraestrutura da Feira, bem como o seu estacionamento. A minoria defende que poderia haver um contato com a iniciativa privada ou que não deve haver, pois descaracterizaria a Feira. O Sr. Rocha argumenta que a iniciativa participa, em partes da gestão, com o que ele chamou de “contrapartidas”: há o apoio de reformas, sinalização externa e interna e assim há uma ação de propaganda desses estabelecimentos na Feira ou em sua fachada (na cerca, por meio de cartazes, etc...).

Sobre o uso do território pelo Turismo, todos os entrevistados afirmam que ele é importante para a Feira e para os feirantes, sobretudo por uma visão econômica, principalmente pelo fato da Feira, conforme reitera o Sr. Rocha, que a maioria “da clientela não são de Vicente Pires”. Também, todos os entrevistados, afirmam que há sim uma centralidade do turismo em Brasília na Região Administrativa I. Sr. Costa argumenta que há vários lugares turísticos fora do chamado “Plano Piloto”, mas nem o próprio governo reconhece e, se a Feira de Vicente Pires fosse na Asa Sul ou em outras áreas da área tombada, seria um objeto do turismo reconhecido pelo Estado e pelo Capital.

3.6. Núcleo Bandeirante

O Núcleo Bandeirante em 1958, como um acampamento para alojar os operários para a construção de Brasília. Chamado inicialmente de “Cidade Livre”, em seus primórdios, não havia a cobrança e nem a obrigação de impostos por parte de seus moradores. A partir da década de 1970, houve a urbanização da área e, conseqüentemente, o início da cobrança de impostos. Isso atingiu o auge em 1989, por meio da Lei 49/1989, que criou, oficialmente, a Região Administrativa VIII – Núcleo Bandeirante.

Atualmente com 25.072 habitantes, cerca de 70% de sua população economicamente ativa trabalha fora da Região Administrativa (CODEPLAN, 2016). Com isso, o comércio interno serve para a demanda interna e aparentemente não atrai pessoas “de fora” para esse

fim. Pela conotação histórica explícita da criação do local, é possível indicar que o turismo se manifeste em fixos que foquem essa concepção. Há o destaque de dois objetos dispostos no território, o que atraia mais fluxos turísticos e ações governamentais e da comunidade local: o Museu Vivo da História Candanga e o Mercado do Núcleo Bandeirante, identificados pela localização na *Figura 3.12.*

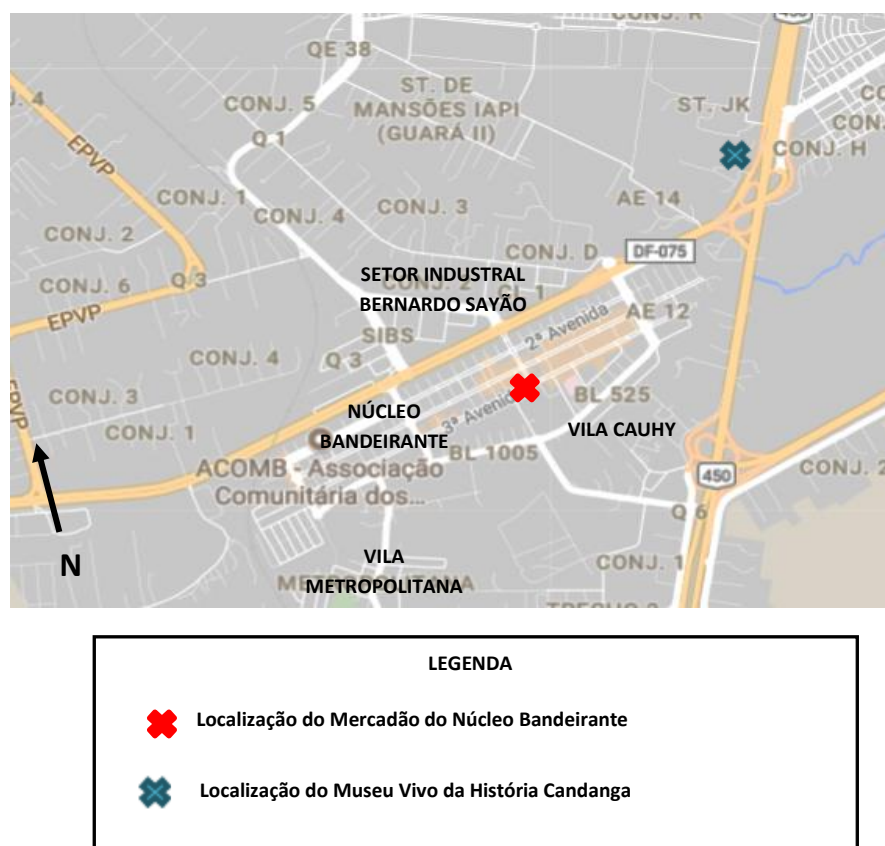


Figura 3.12. – Localização do Museu Vivo da História Candanga e do Mercado do Núcleo Bandeirante na Região Administrativa do Núcleo Bandeirante.

Fonte: Google maps, com adaptações do autor (2017).

3.6.1. Mercado do Núcleo Bandeirante

No desenvolvimento das funções urbanas da área chamada “Cidade Livre”, a partir da década de 1960 o setor de comércio desenvolveu-se, mas espalhado por diversas áreas da localidade. Uma dessas áreas é onde hoje está o Mercado do Núcleo Bandeirante, cuja forma atual foi inaugurada no ano de 1972. Hoje é um dos principais centros de comércio e serviços, localizado entre a Avenida Central e a 3ª Avenida, com amplo estacionamento e disponibilização de linhas de ônibus ao seu redor. O Mercado abre todos os dias, segundo que de segunda-feira a sábado abre diuturnamente e no domingo abre às 08h e encerra suas

atividades às 13h. O seu principal atrativo para a uso do território pelo turismo é o setor de alimentação do Mercado, principalmente o premiado Restaurante do Campos, aberto desde a inauguração do Mercado, no início da década de 1970.



Figura 3.13. – *Fachada principal do Mercado do Núcleo Bandeirante*

Fonte: Fotografado pelo autor (2017).

O Mercado é administrado por um síndico – o terreno foi construído em uma propriedade pública, no qual o GDF, por meio de cessão de direito autorizou a ocupação, mas, com a regularização da área, a partir da década de 1980, a propriedade passou para particulares, que administra ainda hoje o Mercado – escolhido pela família proprietária do Mercado e pelos comerciantes, no qual, o Mercado se assemelha muito mais como um condomínio (e é dessa forma que a gestão do prédio é denominada) do que uma associação.

O ex-síndico, entre os anos de 2010 a 2013, o Sr. Cezar Castro, se disponibilizou a nos fazer a entrevista por a gestão condominial atual se recusou. Ele diz que o Mercado é bastante importante para o Núcleo Bandeirante e que os comerciantes, os moradores locais e a Administração Regional reconhecem isso. Isso é realidade, pois, grande parte dos condôminos são moradores do Núcleo Bandeirante e adjacências e estou ali há mais de 20 anos. Os outros entrevistados, no total de 12, sempre vão ao Mercado, mas exclusivamente ao Restaurante do Campos, que está pela porção leste do Mercado, cuja fachada é retratada pela *Figura 3.14.* Estes reconhecem que o lugar está integrado com o Núcleo Bandeirante e,

principalmente, à história do Núcleo Bandeirante, como um polo que abrigou os primeiros habitantes de Brasília que eram, em grande parte, dos estados oriundos do Nordeste.



Figura 3.14. – *Restaurante do Campos*

Fonte: Fotografado pelo autor (2017).

Apesar disso, não há apoio, na gestão, de entidades da iniciativa privada. O Sr. Castro argumenta que o grande problema do Mercado ainda é a concorrência com as grandes empresas, sobretudo os Shoppings. Ele argumenta que, antes, o Mercado competia somente com a Feira do Guará e a Feira da Ceilândia e a W3 Sul na questão das áreas de comércio e serviços no Distrito Federal. Com a inauguração dos Shoppings, sobretudo do *Parkshopping*, em 1984, a concorrência, segundo ele, aumentou e tornou-se “desleal”. Portanto, não há, em nenhum ponto, a participação de grandes empresas, somente as pequenas – todas da comunidade local – que se engajam em prol da história e do significado do Mercado para o Núcleo Bandeirante. Essa visão é compartilhada pelos outros entrevistados, que notam que não há a ingerência de grandes empresas na administração do Mercado e que este é feito somente entre os condôminos e a administração predial.

Já o turismo tem uma função econômica, mas também social, como defende o Sr. Castro, pois ele é um incremento na renda dos comerciantes, mas também no

reconhecimento da importância do Mercado do Núcleo Bandeirante na identidade e na história da localidade. Essa função mais histórica e de identidade também é visto em todas as respostas das entrevistas dos turistas, visto que a RA tem a sua importância na construção e no estabelecimento da Capital Federal. Já as políticas públicas, na totalidade das respostas, são centralizadas no Plano Piloto, mesmo que haja outros lugares que também podem ter o turismo. Segundo o Sr. Castro, “se o Núcleo Bandeirante foi a base de Brasília, pois sem trabalhador não se construiria nada, ele não é mencionado nada sobre ele na história e no turismo, que é remetido à Esplanada”, questiona ele.

3.6.2. Museu Vivo da História Candanga

O complexo do que hoje é considerado o Museu vivo da História Candanga surgiu em 1957, para abrigar o primeiro hospital público de Brasília, antes mesmo de sua inauguração, o HJKO (Hospital Juscelino Kubitschek de Oliveira). Com a inauguração do Hospital Distrital, atual Hospital de Base, em 1960, o hospital passou a ser uma estrutura secundária no sistema de saúde público da cidade. Em 1968 foi relegado a posto de saúde, sendo fechado, por fim, em 1974. Entre os anos de 1975 até 1983, foi degradante abandonado, sem nenhuma função para o de uso de suas dependências. Nesse ano a deterioração era tanta que se cogitou até a sua demolição, não sendo permitida pela articulação da comunidade do Núcleo Bandeirante e da Candangolândia. Em 1985, o complexo foi tombado pelo Governo do Distrito Federal e iniciou-se o processo de restauração, para, no dia 24 de abril de 1990, torna-se o Museu Vivo da História Candanga. Com isso, as funções desse complexo se alteraram, onde o turismo também passou a se manifestar no uso desse território.

O Museu é composto por um casario, onde cada uma das casas compõe uma parte do museu e as exposições, conforme a *Figura 3.15.* O Museu é administrado e financiado pela Secretaria de Cultura do Distrito Federal e é aberto de terça-feira a domingo, das 9h às 17h. Os entrevistados foram cinco alunos de uma escola particular da Asa Norte, em Brasília, outros cinco de uma escola particular de São Paulo e um casal, de Brasília, que fotografava no local para o álbum de casamento, todos no dia 25 de Outubro de 2017, além do Sr. Ronaldo Medeiros, técnico-responsável da Secretaria de Cultura e, informalmente, guia de turismo do museu.



Figura 3.15. – Casario pertencente ao Museu Vivo da História Candanga.

Fonte: Fotografado pelo autor (2017).

Para os entrevistados, a gestão do local é compartilhada com a comunidade local, posição contestada pelo Sr. Medeiros, que reconhece que não há uma participação maior da comunidade, apesar da grande ligação “histórica e de memória” e que isso vem mudando, principalmente por parte da Secretaria, por estabeleceu eventos e maiores divulgações das exposições e do próprio museu. É inegável perceber que a, assim como a gestão, não há o financiamento senão o setor público na gestão do casario. Segundo o Sr. Medeiros, desde o início da abertura do museu, não há a participação de grandes empresas, seja na ajuda financeira ou de recursos materiais para o museu.

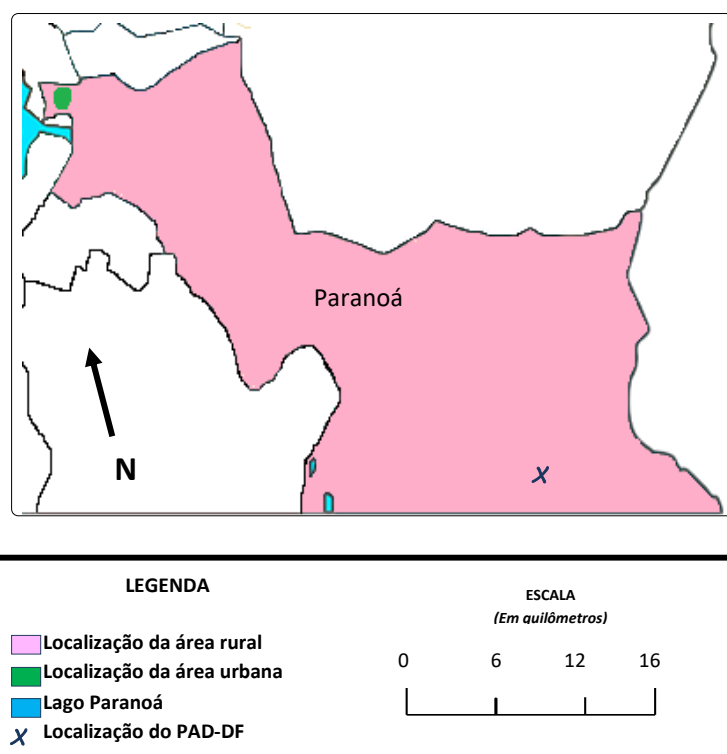
Essa percepção é a mesma dos outros entrevistados, principalmente conotado pela questão da infraestrutura e das condições físicas das edificações. Isso se desdobra, também, na informação, no *marketing* e na propaganda do local, que não ocorre. Os alunos justificam que conheceram o local devido indicações do *TripAdvisor*, um aplicativo de mensuração quali-quantitativa de lugares e objetos turísticos. O Sr. Medeiros indagou que a Secretaria de Cultura não protagonizou esse tipo de propaganda, que foi “natural, em decorrência da qualidade do museu”, feito pelos próprios visitantes. A única ação parte da Secretaria, em ações nas redes sociais e por meio de folders enviados à Secretaria de Turismo, ao Aeroporto e à Secretaria de Educação, para a visitação de alunos do ensino fundamental e médio.

Todos os entrevistados concordam que o turismo é importante, tanto pelo viés econômico, mas também pedagógico, no sentido que cultiva a memória e a história da cidade. Também todos consideram que o turismo é focado muito nos objetos dispostos na RA I e no conjunto arquitetônico de Oscar Niemeyer. O Sr. Medeiros considera que deveria haver um PRT de divulgação, mas não considera essa divulgação para o uso turístico do território, e sim, cultural, onde o turismo seria uma consequência dessa divulgação.

3.7. Paranoá

A atual Região Administrativa do Paranoá surgiu ainda antes da inauguração de Brasília, no ano de 1957, onde, naquela época, foi formada para os operários que estavam construindo a Barragem do Paranoá, que represaria as águas do Rio Paranoá para a formação do Lago homônimo. Em 1960, o local já possuía 3.000 pessoas. Ao longo da década de 1960, 1970 e 1980, consolidou-se, mas sem a infraestrutura necessária, como serviço de água potável e esgoto. Esses serviços somente se concretizaram após o ano de 1989, quando a área do atual Paranoá foi legalizada.

Conforme o *Mapa 3.3.*, a área designada para já Região Administrativa VII – Paranoá pelo Decreto 11.921/1989 corresponde a uma grande parte do Distrito Federal. A comparação entre a área urbana para com a rural é irrisória, o que faz o uso do território, pelo turismo, se concentrar em sua área rural, apesar da proximidade com o Lago Paranoá e todo o seu potencial turístico. Conforme as entrevistas da primeira parte da pesquisa de campo, o turismo se manifesta no território principalmente na área conhecida como PAD-DF, sigla de Programa de Assentamento Dirigido do Distrito Federal, um assentamento rural do Distrito Federal, dirigido pela COOPA-DF, a Cooperativa de Produtores Agrícolas do Distrito Federal, onde há a plantação de soja e trigo e a criação de frangos como expoente. Isso tudo é divulgado por uma feira anual de alcance nacional: a AgroBrasília, que é realizada no próprio PAD-DF, que será o objeto a ser analisado.



Mapa 3.3. – Áreas urbanas e rurais e a localização do PAD-DF na Região Administrativa do Paranoá.

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

3.7.1. AgroBrasília

A AgroBrasília é um evento, que sempre acontece no mês de maio, no PAD-DF, região rural do Paranoá. Esse evento, uma feira de exposições, tem dois propósitos: venda e exposição de produtos. Ao contrário do que o nome indica, os produtores que expõem e vendem – pertencentes ao agronegócio ou a cooperativas – não produzem totalmente no Distrito Federal, mas também em unidades da federação vizinhas que vêm à AgroBrasília para seu distinto fim.

Como essa pesquisa aconteceu no mês de outubro, portanto, cinco meses após a última edição, a entrevista aconteceu na sede da Vincere Consultoria, que assessorou a Feira na edição de 2017 e assessorará na edição de 2018, por meio da Sra. Lydia Costa. É importante ponderar que, mesmo explicando o motivo e a necessidade de entrevista de algum membro da COOPA-DF, estes mesmos repassaram para a Vincere a responsabilidade da entrevista. Os outros entrevistados foram *online*, onde se utilizou o recurso de procura em barra do *Facebook*: foi inserida a palavra AGROBRASILIA e, em seguida, delimitada a pesquisa por IMAGENS e, os vinte primeiros, onde foi-se constatado que postaram fotos no

evento na rede social no evento de 2017, de foram perguntados, na caixa de mensagens, se poderiam participar de tal pesquisa. Oito internautas aceitaram e responderam-na.

A Sra. Costa afirma que a comunidade do Paranoá não se promove com a organização do evento, sendo a promoção somente entre os organizadores e os produtores, onde a gerência e a administração do evento são feitas pela consultoria e por uma comissão da COOPA-DF, mas sem a participação da comunidade local. Os outros entrevistados corroboram com essa opinião, mas principalmente pela questão da distância entre o núcleo urbano, não só do Paranoá, e a área do PAD-DF. As ações de publicidade acontecem pela iniciativa da consultoria, onde são inseridas chamadas nas grandes redes de televisão em horário nobre, bem como em jornais de grande circulação e em canais e programas rurais da TV aberta e fechada. Segundo a Sra. Costa, o Governo do Distrito Federal só apóia com o fornecimento de algumas infraestruturas básicas, como segurança pública e ordenamento de trânsito. As ações, para os outros entrevistados, são vistos principalmente pelas redes sociais, notadamente o *Facebook* e o *Instagram*, o que pode ser explicado pela repulsa, do público visitante, na audiência de programas rurais. Outro ponto, indaga uma entrevistada, são as atrações musicais, em grande parte de música sertaneja, que se tornam um atrativo.

Para a Sra. Costa, o turismo, no AgroBrasília, é algo “secundário”, pois a intenção da Feira é que haja a “concretização de compras e vendas”. O turismo, por fim, funcionaria como um impulsionador principal de outros objetos de turismo naquela área, como hotéis fazendas, como o *Vila Triacca*, a apenas dois quilômetros do local, segundo o *site* do evento e restaurantes de comida caipira. Os turistas, por sua vez, têm uma visão oposta: acreditam que o turismo é importante para “conhecer” o trabalho dos produtores e, com isso, impulsionar a própria divulgação da Feira. Mas há uma convergência no sentido de apurar que as políticas de turismo, em Brasília, são voltadas para os elementos no território que compõem a área tombada: a Sra. Costa aponta que a Feira e o Agronegócio precisam de mais políticas públicas e o turismo, mesmo secundário, poderiam promover a Feira se existissem políticas públicas de turismo para o seguimento rural.

3.8. Planaltina

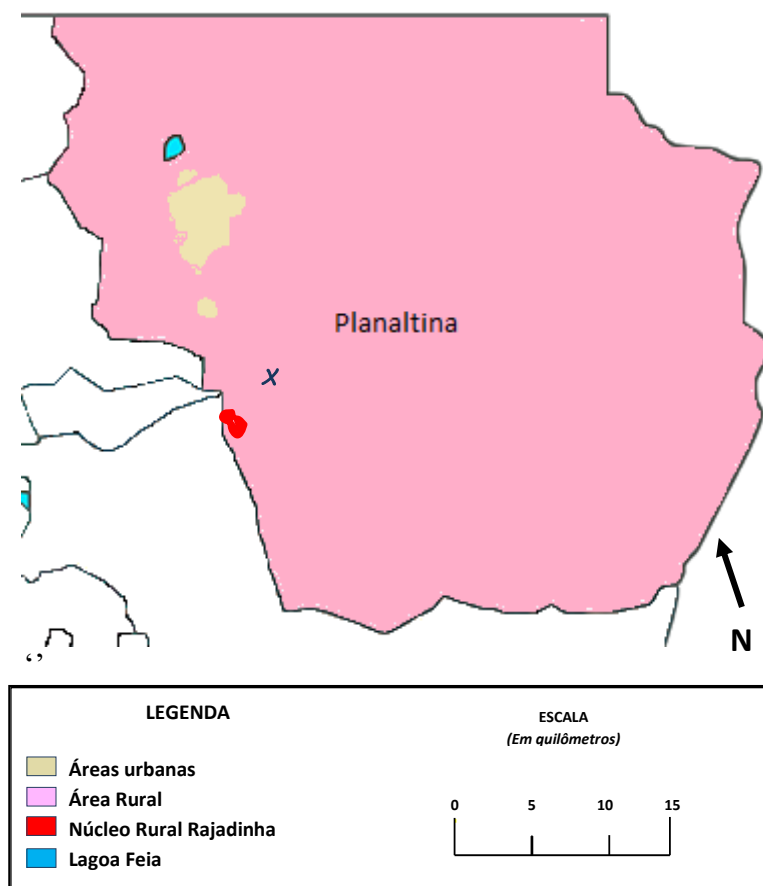
Assim como Brazlândia, a ocupação da área onde hoje conhece-se como Planaltina desponta décadas antes da inauguração de Brasília, mais precisamente iniciou-se no ano de 1859. Antigamente era conhecida como “Mestre D’armas”, pois era um ponto de parada

para o conserto de armas para os viajantes da estrada que cortava, no Século XIX, a área que hoje é conhecida como o Distrito Federal.

Em 1960, a sede do município de Planaltina foi incorporada ao recém-criado Distrito Federal e passou, assim, a figurar como uma Região Administrativa. Ao longo dos 40 anos seguintes, teve um processo de expansão de sua macha urbana para além do setor tradicional, onde está concentrada a “parte antiga”. Com esse processo, legal ou ilegal que, na década de 2000 passou a ser regularizada, nasceram outros setores, como Arapoangas, Estância, Jardim Roriz, Vila Nossa Senhora de Fátima, Vale do amanhecer e Vila Buritis.

Atualmente, possui 189.412 mil habitantes (CODEPLAN, 2015). Em decorrência do grande território, conforme o *Mapa 3.4.*, o maior em área entre as Regiões Administrativas do Distrito Federal, tem uma economia diversificada, com o incremento do terceiro setor, sobretudo na zona urbana, mas também o componente rural, com plantações de mandioca, pimentão e soja (EMATER-DF, 2016).

O turismo se manifesta, aparentemente, em decorrência de três fatores: nas rugosidades dispostas no território no setor central, em decorrência da história do Brasil Império e da história de Brasília e dessa área antes da inauguração da Capital; o segundo pela questão da ruralidade e elementos dispostos no meio rural para o uso do turismo e, por último, a questão das manifestações místicas e religiosas. Os objetos do turismo elencados para a análise foram o Museu Histórico e Cultural de Planaltina, O Vale do Amanhecer e o Circuito Turístico Rural Rajadinha.



Mapa 3.4. – Localização das áreas urbanas e rurais da Região Administrativa de Planaltina, bem como do Núcleo Rural Rajadinha.

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

3.8.1. Museu Histórico de Planaltina

O edifício onde hoje funciona o Museu pertencia a Família Guimarães, que detinha um grande poder em Planaltina até o Estado Novo, redesenhando a mesma lógica política do interior do Brasil, onde, no Século XIX e na primeira metade do Século XX, era uma cidade com a sua economia voltada basicamente para a subsistência de sua população. Com a morte do patriarca, Coronel Saviano, e com a emergência de novas lideranças locais, estes perderam a força política, culminando, para isso, a construção de Brasília. Em 1975, com o falecimento da última herdeira direta da Família Guimarães, a casa foi repassada para o Governo do Distrito Federal e transformada em museu. Esse museu, restaurado em 2013, conforme a *Figura 3.16.*, na atualidade, recebe exposições de artistas locais, assim como preserva a sua forma para o uso turístico.



Figura 3.16. – *Forma do Museu Histórico de Planaltina.*

Fonte: Fotografado pelo autor (2017).

A Administração Regional organiza uma lista com vistas à recepção de visitantes e agenda exposições, que são abertas e públicas para qualquer artista local. Por se tratar de um órgão ligado à administração, a Sra. Mariângela Luz, responsável-técnica pelo Museu, concedeu a entrevista para a pesquisa, além de um grupo de oito componentes, todos colombianos, mais uma monitora, também estudante, mas brasileira, estudantes de Português do Brasil como Segunda Língua – que estavam realizando uma visitação na Semana Universitária da UnB – em uma atividade organizada pelo DEX (Decanato de Extensão da UnB).

Sobre o turismo, é visível que esse objeto, atrelado ao seu turístico, cria uma dissonância do que se entende do que seja turismo em Brasília – e em sua lógica homogeneizada. E, por isso, segundo os entrevistados, essa é a característica que atrai pessoas para tal lugar. Essa visão é consonante a da Sr. Luz, que acrescenta um grande envolvimento não só do governo, mas sim da própria comunidade local. Esse envolvimento, inclusive, se constitui em outros elementos de uso turístico no território: em um raio de 500 metros, é possível observar uma dezena de pequenos hotéis e restaurantes, o que, segundo o funcionário do Hotel Paulus, a cerca de 200 metros do Museu, hospedam pessoas que estão visitando a cidade, principalmente devido a feriados religiosos.

Também percebe-se que não há o envolvimento de grandes empresas para a gestão do lugar, que segundo a Sr. Luz, não há nenhuma participação, e quando há é somente em apoio de divulgação, sobretudo por veículos de mídia de massa. A divulgação, a propaganda e o *marketing* são feitos, sobretudo, pelos administradores do próprio museu e pela curadoria das exposições, principalmente nas redes sociais. A mesma opinião é refletida pelos outros entrevistados, que se motivaram a ir para Planaltina pelo conjunto arquitetônico e nada mais, além de comentários anteriores de outros turistas que visitaram tal objeto turístico. Todos os entrevistados consideram o turismo como ideal, por uma questão de resgate de memória, mas, para uma minoria, também por uma questão econômica. Também todos consideram que a política de turismo é focada no Plano Piloto, com poucas políticas de divulgação e roteirização dos outros atrativos nas Regiões Administrativas.

3.8.2. Vale do Amanhecer

O uso do território, pelo turismo, na área onde hoje é conhecida como Vale do Amanhecer foi derradeiramente descrita em decorrência da história de sua fundadora, Neiva Zelaya, conhecida como Tia Neiva. Natural de Ceres, em Goiás, descobriu sua mediunidade em 1958, o que fez com que sua vida passasse a ter um sentido espiritual. Em decorrência da necessidade de mão-de-obra para a construção de Brasília, ela se transfere-se para a Cidade Livre (atual Núcleo Bandeirante) para trabalhar como motorista de caminhão (ela foi a primeira mulher, no Brasil, a obter a licença para dirigir veículos de grande porte). Mas, ao mesmo tempo, o senso de clarividência ainda se perpetua em sua vida, quando muda-se para Taguatinga, até então cidade-satélite de Brasília, para ingressar na Ordem Espiritualista Cristã. Devido a divergências, ela abandona essa ordem e se transfere para a atual localidade do Vale do Amanhecer, construindo o templo-mãe e criando a Doutrina do Amanhecer.

Essa questão mística aliada a história espiritual faz com que haja turismo naquele território. Apesar disso e das entusiastas explicações às Obras Sociais da Ordem Espiritualista Cristã (OSOEC), que funciona como uma espécie de “relações públicas” e “administradora” do Vale do Amanhecer, sobre a necessidade de entrevistas e até a ida à sua sede em 24 de Setembro de 2017, um dia de batizado – ritual de iniciação para os novos integrantes da religião – não houve a disponibilização de entrevistas por parte de um representante do objeto turístico, assim como foi bastante complicada a entrevistas para com turistas, onde somente quatro concederam a entrevista.

O Vale do Amanhecer está ao sul da maior aglomeração urbana da RA de Planaltina. Seu objeto turístico – os cultos e a visitação entorno da misticidade do território - se dá em decorrência de um calendário, disponível no site da OSOEC, onde os eventos são intercalados em decorrência de fenômenos astronômicos, como exposta na *Figura 3.17.*


EVENTOS	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO
Alabá (Lua Cheia) 	Início: 06	Início: 04	Início: 03	Início: 02	Início: 01	Início: 30/11
	L. Cheia:09	L. Cheia:07	L. Cheia:06	L. Cheia:05	L. Cheia:04	L. Cheia:03
	Término: 12	Término: 10	Término: 09	Término: 08	Término: 07	Término: 06
Angical	10 - Seg	14 - Seg	11 - Seg	16 - Seg	13 - Seg	11 - Seg
Batizado	30 - Dom	27 - Dom	24 - Dom	29 - Dom	26 - Dom	31 - Dom
Benção Pai Seta Branca	02 - Dom	06 - Dom	03 - Dom	01 - Dom	05 - Dom	03 - Dom
CONS. DE ADJ. E COMPONENTES				15 - Dom		
Cons. Centúria (Clas. Re-Clas.)				13 Sex - (Esp)		08 - Sex
Curso de Centúria			16 e 30 - Sáb	14 e 28 - Sáb	11 e 25 - Sáb	03 - Dom
Cons. Falange Mestrado					19 - Dom	
Consagração de Enlevo						10 - Dom
Cons. Falange Missionária			10 - Dom			
Elevação de Espadas		19 - Sáb		14 - Sáb (Esp)		09 - Sáb
Iniciação Dharma-Oxinto	04 e 18 - Ter	01, 15 e 29 - Ter	12 e 26 - Ter	10 e 24 - Ter 13 - Sex (Esp)	07 e 21 - Ter	05 e 19 - Ter
Reunião p/ Escala			29 - Sex			
Sessão Branca	24 - Seg	21 - Seg	18 - Seg	23 - Seg	20 - Seg	18 - Seg
REUNIÃO COM PRESIDENTES				14 - Sáb		
Troca de Rosas - Aniversário da Tia Neiva / Dia do Apará				30 - Seg		
CURSO DE 7º RAI0	14 e 28 - Sex	11 e 25 - Sex	08 e 22 - Sex	06 - Sex 22 - Dom		

Figura 3.17. – Calendário dos eventos no Vale do Amanhecer para o segundo semestre de 2017.

Fonte: Sítio eletrônico da OSOEC (2017).

No Vale do Amanhecer, de certa forma, é um aglomerado populacional onde moram as pessoas que pertencem ou são simpatizantes a essa religião, formando uma comunidade afim com os seus dogmas e com o desenvolvimento e a manutenção dos cultos e da misticidade. Essa comunidade é a principal colaboradora dos eventos, sobretudo por trabalho voluntário. Para os entrevistados, essa comunidade é a que dá todo o sustento para o turismo, incluindo com a administração de objetos utilizados diretamente para o turismo, com restaurantes e pousadas dentro do Vale, que têm ocupações máximas, nos principais eventos. É evidente também que não há a participação de outros atores – nem do Estado, nem do grande Capital – na elaboração e na gestão do turismo naquele território.



Figura 3.18. – *Preparação do início do ritual do Batizado.*

Fonte: Fotografado pelo autor (2017).

O *marketing* de elementos do território para o uso turístico é inexistente, visto que como a “questão mística” prevalece e, assim, atrai pessoas, inclusive de fora do Brasil. Na pesquisa de campo é possível perceber que a manifestação do turismo é algo secundário, como uma “consequência” dos rituais e, por isso, a gestão não tem isso como uma política motriz dentro de sua administração, mesmo com pousadas, restaurantes e similares, administrados por pessoas que são da religião, mas não da OSOEC. Mesmo assim, é importante observar que o turismo é importante, porque tem desdobramentos na economia local, além de reforçar um laço social daquela comunidade, alicerçado pela questão religiosa. É também percebido, pelos entrevistados, todos funcionários públicos do Governo Federal moradores do Distrito Federal, que o turismo, de certa forma, é concentrado na RA I, e que poderia haver ações, sobretudo do Estado, no território, para o suporte à Vila do Amanhecer. Um dos entrevistados argumenta que, para um morador de fora do Distrito Federal, é impossível apontar um território como a Vila do Amanhecer como manifestadora de turismo, pois a visão de Brasília é só a amplamente divulgada: conceitos arquitetônicos e política.

3.8.3. Circuito turístico do Rajadinha

Em decorrência da grande extensão rural da Região Administrativa de Planaltina, conforme o Mapa XX, as ruralidades predominam em boa parte da paisagem. Desde 2014, foi proposta pela EMATER-DF (Empresa Brasileira DE Assistência Técnica E Rural) o Circuito Rajadinha, conforme a *Figura 3.19.*, para ser usado no pelo turismo no território, na Colônia Agrícola Rajadinha, cerca de 15 quilômetros do centro da RA, nos quais os produtores rurais locais recebem os visitantes. Geralmente, as visitas acontecem entre os meses de junho a novembro, evitando-se o período chuvoso. Os meios de acesso são rodoviários, principalmente pela DF-130, saindo da BR-020 e da DF-479, oriundo do Paranoá.



Mapa 3.19. – Identificação das chácaras que compõem o Circuito Rajadinha.

Fonte: Sítio eletrônico da EMATER-DF (2017).

A organização do circuito é de inteira responsabilidade dos produtores, que vendem e expõem exclusivamente os seus produtos e/ou serviços, de forma individual: ou seja, apesar do nome “circuito”, o visitante vai até a propriedade de um dos produtores, para, se ele quiser, a partir daí, visitar as outras propriedades e realizar o circuito em si, assim como era antes da intervenção da EMATER-DF em 2014, onde o turismo já se manifesta no território. Até o seu funcionamento não é unísono: as chácaras são abertas pela conveniência de seus donos. Há um maior engajamento coletivo dos produtores no evento “Feira da Colônia”, que

acontece anualmente, geralmente no mês de Setembro. Neste evento, os produtores fazem mostras de seus produtos durante dois dias, para fins de exposições de seus produtos e, de certa forma, a venda destes.

O Sr. Custódio Silva, proprietário da Chácara Flora Brasília, se disponibilizou a responder a entrevista. Além dele, outros doze entrevistados, visitantes do local, responderam uma entrevista. O Sr. Silva argumentou que há um engajamento da comunidade do Rajadinha e isso se concretizou com a celebração, por parte da EMATER-DF do Circuito. Segundo o mesmo, isso só aconteceu devido ao empenho dessa própria comunidade que foi cancelado pela empresa estatal referida acima. Para os outros entrevistados, é comum perceber a total sincronia e integração da comunidade, apesar de, mesmo no fim de semana, especificamente no sábado no qual a pesquisa de campo ao Circuito foi realizada, quatro chácaras estares fechadas.

O Sr. Silva, sobre a gestão, entra em contradição ao dizer que, apesar de não ter a interferência de atores “de fora”, principalmente grandes empresários – nos quais o Sr. Silva parece ter certa repulsa –, somente pessoas da comunidade fazem parte do Circuito Rajadinha. Mas ao mesmo tempo não há uma “união” dos proprietários e o seu trabalho no qual se constitui o Circuito, com o apoio da EMATER-DF, assemelha-se a uma confederação. Os outros entrevistados percebem que o turismo é, em sua totalidade, baseado na comunidade local, sem a interferência de sujeitos externos. Muitos desconhecem inclusive o protagonismo do GDF, por meio da EMATER-DF na promoção do turismo naquele território.

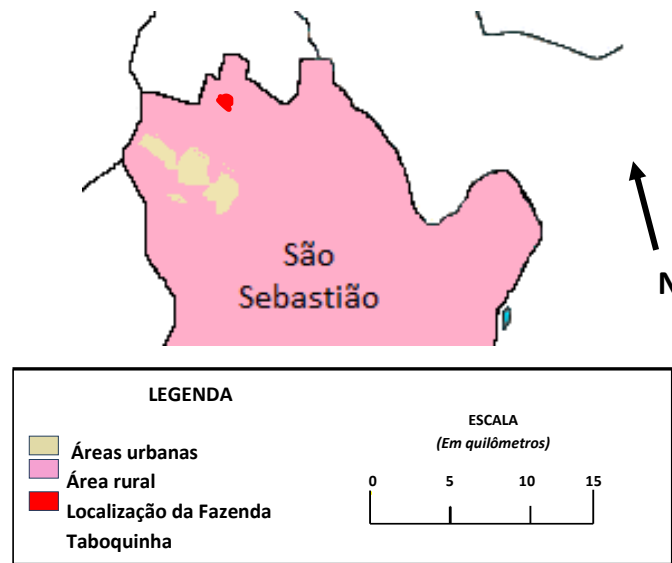
A percepção de como o turismo se manifesta é bem similares entre a opinião do Sr. Silva e dos outros entrevistados. Visivelmente, conforme o proprietário da Chácara Flora Brasília, o turismo é visto somente por uma visão econômica, como o expoente do empreendedorismo e, em menor grau, ambiental, no sentido de conservação da fauna e da flora. A mesma opinião são as dos outros entrevistados, quando têm essa mesma visão, onde o principal componente do turismo é uma concepção de gerar emprego e renda, sem nenhuma concepção de espaço vivido e vivo, pelo turismo, naquela localidade. Também é semelhante o posicionamento dos entrevistados quanto à centralização das políticas públicas de turismo no centro de Brasília. O Sr. Silva reclama que há várias potencialidades turísticas não exploradas (por ações, por meio dos turistas e do Estado) e que, mesmo assim, a prioridade do turismo é a área tombada. Os outros entrevistados possuem a mesma

concepção, sendo a maioria justificando que por ser “uma área nobre”, há um maior foco das ações do Estado e das empresas e, portanto, das políticas públicas.

3.9. São Sebastião

São Sebastião surgiu dos núcleos habitacionais que se formaram durante a construção de Brasília, pois ali se instalaram as olarias que forneceriam tijolos para as obras dos edifícios da nova cidade. Ao decorrer do tempo e com a migração, esse núcleo habitacional foi elevado para o *status* de agrovila, a Agrovila São Sebastião, que respondia político-administrativamente à Região Administrativa VII – Paranoá. Em 1993, por meio da Lei 467/1993, foi aprovada a criação da Região Administrativa XIV – São Sebastião, desvinculando-se do Paranoá.

Essa Região Administrativa tem hoje 100.083 habitantes e sua economia, basicamente, gira em torno do terceiro setor para a subsistência da população, que 70% delas, não trabalha na cidade, e sim, no Plano Piloto e no Lago Sul (somente essas duas, metade da população economicamente ativa trabalha nelas). Foi apontada na primeira fase da exploração de campo, onde apontou-se enormes potenciais turísticos na zona urbana da Região Administrativa, principalmente de áreas com relevante interesse cultural, mas voltado para a população local e não para o uso do turismo no território. Um exemplo disso é a Olaria Cultural, a Casa Frida e a Casa de Paulo Freire. O turismo se manifesta no espaço rural da Região Administrativa, concretizado no território por estabelecimentos onde há elementos e paisagens rurais, como hotéis fazenda e pesques-pague. Um exemplo é a Fazenda Taboquinha, distante sete quilômetros do centro de São Sebastião, conforme o *Mapa 3.5.*



Mapa 3.5. – Localização das áreas urbanas e rurais da Região Administrativa de São Sebastião, bem como da Fazenda Taboquinha.

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

3.9.1. Fazenda Taboquinha

A Fazenda Taboquinha existe desde o início do Século XX, sendo nomeada assim devido ao Córrego Taboca, que atravessa a propriedade. Fora usado somente para a economia de subsistência até 1983, quando o Sr. Nilson Barbosa, atual proprietário, a comprou e passou a inserir elementos rurais para que o turismo se manifestasse naquele território. Em uma área de morros, a chegada ao local é impossível de transporte público, que funciona de sexta-feira a domingo, sempre das 9h às 17h. Importante frisar que ainda há uma produção leiteira na propriedade, assim como criação extensiva de gado, mas uma parte dela é usada para o turismo. Em 1997, o Sr. Barbosa incluiu outros elementos, não mais rurais, e se de aventura, como arborismo, rapel e tirolesa, conforme a *Figura 3.20*. A fazenda funciona em decorrência do fluxo turístico, onde é cobrada a taxa de cada visitante de R\$ 15,00 (valores de outubro de 2017) para o seu uso turístico. O entrevistado para a pesquisa foi o Sr. Barbosa e um grupo de cinco pessoas, todas de São Sebastião.

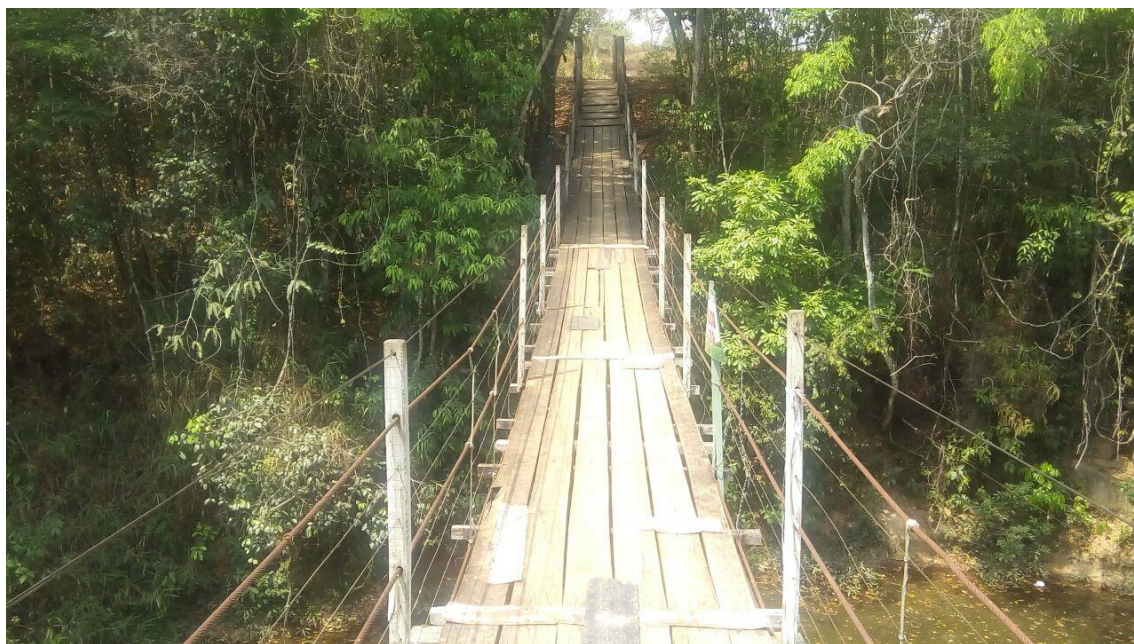


Figura 3.20. – Ponte suspensa da trilha de arborismo da Fazenda Taboquinha.

Fonte: Fotografado pelo autor (2017).

Segundo o Sr. Barbosa, não há nenhum envolvimento do governo e de empresas, sendo um interesse dele a concepção e o uso do território para o turismo, que também é distante da realidade da cidade, bem como da participação da comunidade na gestão e administração da Fazenda Taboquinha. Os outros entrevistados também defendem essa teoria, que, parece ser aliado à lógica da oferta e demanda: o turismo só aproveita porque a oferta é atraente, barata e de qualidade, quando a mesma não a for, o turismo se findará. Essa não presença das empresas, segundo o Sr. Barbosa, também é vista na relação de propaganda e *marketing*, que é inexistente, pois o público que conhece o local e se desloca para a Fazenda ou para os eventos que nela acontece – patrocinados por grandes empresas, inclusive – sem nenhuma grande ação de publicidade. Isso é corroborado pelos outros entrevistados, que reconhece as mídias sociais, sobretudo no *Facebook*, como a principal ferramenta de publicidade do local.

Sobre o turismo, é possível observar que a totalidade dos entrevistados considera muito importante, despertando inclusive, neste autor, uma grande desconfiança pela fala do Sr. Barbosa, quando diz que “qualquer turismo, de qualquer jeito e qualquer forma, é importante”. Outra desconfiança lançou-se quando o Sr. Barbosa se contradiz ao afirmar que o “governo não olha para o turismo no DF e principalmente nas áreas rurais” e, ao mesmo tempo, afirmar que as ações do turismo, por parte do governo e das ações empresariais “não são só focadas no Plano Piloto, mas estão por toda parte”, contrariando todos os outros

entrevistados, que afirmam que as ações são, sim, focadas quase que exclusivamente, nos objetos dispostos na área tombada.

3.10. Fercal

A Fercal é um núcleo rural que passou a ser a 31ª Região Administrativa em 2013, durante do Governo Agnelo Queiroz. Assim como São Sebastião, a aglomeração populacional iniciou-se durante e com fins ao apoio à construção de Brasília, mas, neste caso, para a produção de cimento, devido a inúmeras minas de calcário na localidade.

Essa característica geomorfológica possibilitou a criação, ao longo do tempo, de cavernas, grutas, montanhas que são hoje, usadas para a prática do turismo, como o espeleoturismo e o turismo de natureza e de aventura. O principal objeto, que atrai um maior fluxo para a prática turística no território é a Fazenda Confiança, um centro de lazer destinado para trilhas, cavalgadas e *rallys*.

3.10.1. Fazenda Confiança

A Fazenda Confiança fica no Quilômetro 10 da DF-205, após a principal concentração urbana da Fercal. Ela abre somente aos fins de semana, das 8h às 18h, onde os principais atrativos estão ligados ao turismo de aventura e rurais, com o destaque para o primeiro e sua “rota do morcego”, considerada a melhor trilha de aventura para motos, bicicletas e jipes no Distrito Federal.

O Sr. Osmar Santos, proprietário da Fazenda e que presidiu até uma “tribo não profissional”, ou seja, um grupo de motoqueiros praticante de trilhas de aventura não remunerados recebeu e concedeu a entrevista semiestruturada, assim como os outros sete participantes de seu grupo que estavam apostos a praticar tal esporte. No passado, a fazenda plantava hortaliças e vendia para alguns supermercados de Sobradinho. A partir de 1997, todos os seus usos passaram a se alinhar ao turismo, como até hoje é, abandonando o setor primário na propriedade senão aqueles usados para o restaurante. A Fazenda é sustentada pelo ingresso pago pelos visitantes, R\$ 10,00 por pessoa, além do gasto de consumação do restaurante e dos outros atrativos. Nenhuma outra forma de financiamento é existente.

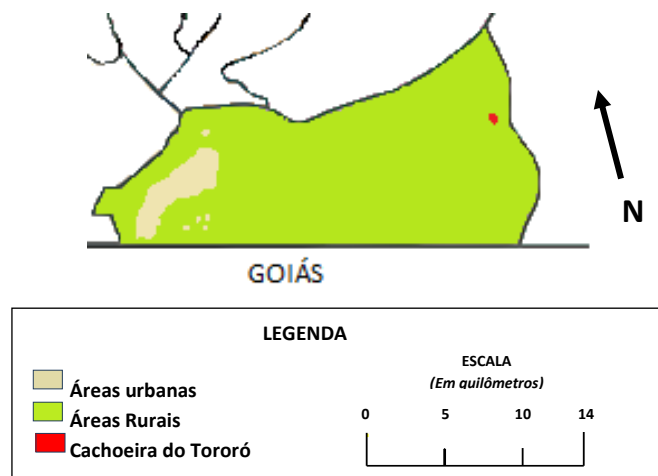
Segundo o Sr. Santos, o que mais atrai pessoas para a Fazenda é a rota do morcego e a questão das trilhas, seguido pela cavalgada. O restaurante é uma complementação a isso. Essa resposta foi dada de forma idêntica a todos os outros entrevistados, pois confirmaram

que o uso da trilha é o principal atrativo. Sobre a gestão da Fazenda, o Sr. Santos afirmou que ela é exclusivamente familiar, em todos os aspectos, onde, cara grande transformação é feita e consultada para os clientes mais fiéis, sem nenhuma interferência com que é “de fora” desse uso do território. Essa visão também é corroborada pelos outros entrevistados, que são unânimes em afirmar que a gestão é familiar e feita exclusivamente para a prática da atividade, sem nenhum interesse ao lucro injusto.

Sobre o turismo, o Sr. Santos entende que a subsistência da Fazenda se dá somente por causa do turismo, e por esse motivo, ele é importante para a sobrevivência da própria fazenda, mas a gerência não pensa exaustivamente no uso turístico de pessoas exógenas às praticantes de esportes de aventura, sobretudo motos e jipes. Essa visão é dissonante da maioria dos entrevistados, pois estes ponderam que o turismo afeta, substancialmente, a sobrevivência da Fazenda e, se não houver mais um fluxo de turistas, não haverá mais a fazenda. Sobre a posição de centralização das políticas públicas de turismo na RA I e em seus objetos, todos concordam que as políticas são centralizadas ali, mas ponderam que o turismo depende do que se é “oferecido”: como não há muita oferta de turismo de aventura no Distrito Federal, este tende a ser “esquecido pelas autoridades”.

3.11. Santa Maria

Santa Maria foi uma Região Administrativa recente, criada em 1992, com a ocupação de sua área iniciada pela população oriunda do processo de desfavelização nas quadras no Plano Piloto durante a Década de 1980 (FERREIRA, 2010). Atualmente com 125.123 habitantes (CODEPLAN, 2015), tem seu território dividido em área urbana, rural e militar, conforme o *Mapa 3.6*:



Mapa 3.6. – Localização das áreas urbanas e rurais da Região Administrativa de Santa Maria, bem como da Cachoeira do Tororó.

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

O turismo, assim como equipamentos no território para o lazer, dentro da área urbana de Santa Maria são poucos, constituindo-se, basicamente, nas lojas e cinemas no shopping local. Por isso, mesmo a maioria dos entrevistados apontou que o principal objeto turístico no território naquela Região Administrativa fica fora da cidade, no extremo leste do seu território: a Cachoeira do Tororó.

3.11.1. Cachoeira do Tororó

A Cachoeira do Tororó fica na zona rural de Santa Maria, porém, mais perto da porção urbana de São Sebastião do que a de Santa Maria em si. A cachoeira abre todos os dias, entre às 9h às 17h, inclusive em dias chuvosos. O acesso ao local se faz somente pela DF-140, sem a existência de um transporte público nas adjacências, o que faz seu acesso se dá somente por transporte individual.

É impossível definir como se dá a organização, visto que não há uma recepção ou uma guarita. O único “responsável”, no dia da visita técnica, em 13 de Outubro de 2017, entremeio de feriadão, era o vigilante de carros. Ao indagá-lo sobre quem é o dono e quem administrava, ele não soube responder. No dia 6 de março de 2016, fora de uma pesquisa de campo, este autor se dirigiu à Cachoeira para usufruí-la pelo turismo, e, ainda naquela época, era exatamente a mesma coisa, só não há a constatação se era o mesmo vigia e se havia, naquela época, um conhecimento sobre os dirigentes ou administradores daquele objeto. Portanto, as únicas entrevistas passíveis de serem feitas foram com doze turistas, oriundos todos de outras Regiões Administrativas do DF, sobretudo São Sebastião.

Para os entrevistados, a Cachoeira é, de fato, um importante objeto de turismo em Brasília, sobretudo pela questão do que é disposto da forma no território: uma queda d'água de 18 metros. Equipamentos como esse são importantes porque estabelecem um vínculo de lazer entre as pessoas naquele território e subtraem estereótipo de Brasília inclusive em seu PRT de turismo como “cidade totalmente plana”. Por isso é possível observar o envolvimento da comunidade no uso, mas não em outras arestas, como a conservação e manutenção da cachoeira, que está em terreno particular.

Mesmo assim, sobretudo pela proximidade do centro da RA I, esse é o principal atrativo de pessoas ao lugar. Não há, consideravelmente, nenhuma ação do setor privado para a conservação e promoção de publicidade e propaganda do atrativo turístico. Mas, mesmo assim, há a atração de turismo, que, para a visão dos entrevistados, beneficia, de qualquer modo, algum setor, sobretudo do ambiental, na visão deles. Em geral, todos concordam que a política de turismo, em Brasília, é muito voltado para o Plano Piloto e que deveriam haver ações de divulgação de outros atrativos fora do conjunto arquitetônico para uma “diversificação” dos próprios objetos usados por um PRT de turismo local.

4. POR UMA NOVA POLÍTICA DE TURISMO NO DF

O uso do território pelo turismo no Distrito Federal evidencia que a prática do mesmo não se estende somente à zona tombada e reconhecida pela UNESCO, mas também às outras regiões administrativas, onde esse uso é mediado, usado e controlado por atores que reproduzem a lógica do Estado, pela lógica do capital e pela lógica das necessidades.

Sobre a lógica do capital, é possível ver a sua interferência e sua intencionalidade de uso do território em algumas regiões administrativas, indiscutivelmente as que possuem um fluxo turístico, como Ceilândia e Planaltina. Apesar disso, essa interferência estende-se majoritariamente às pequenas e médias empresas, sem a interferência do grande capital, exceto no Paranoá, onde este se capilarizou no uso turístico do território em decorrência do agronegócio, incentivado, em grande parte, por ele.

Sobre a lógica da necessidade, percebe-se que, em todas as Regiões Administrativas pesquisadas, há uma aceitação do turismo por parte da comunidade local, onde estas são partícipes no uso do território, principalmente, em lugares turísticos que apresentam rugosidades, visto que o turismo tende a ser uma função adaptada da função exercida originalmente para aquelas formas. É importante perceber que, para a comunidade local, o maior impacto do turismo no território é econômico, sobretudo pelo seu fator de multiplicação, tratando-o meramente como uma atividade econômica e não sócioespacial.

Sobre a lógica do Estado, é possível ver a manifestação e o empenho do mesmo para a manutenção e a garantia do turismo em algumas em ações de algumas administrações regionais – onde os funcionários são indicados politicamente, por políticos com grande enraizamento nas Regiões Administrativas, o que faz com que moradores locais trabalhem nessa instância de governança, diferentemente de indicados políticos de Secretarias – revelando que o mesmo constrói suas ações e suas políticas públicas de forma desordenada e desarmônica, sem a interlocução e a comunicação entre a Secretaria de Turismo e outros órgãos componentes do governo local, como as Administrações Regionais e a Secretaria de Cultura, o que faz o PRT de turismo local desconexa com a realidade. Assim, entende-se como essas lógicas se manifesta na totalidade do Distrito Federal, o que torna possível de se indagar se os atrativos turísticos exercem homogeneidade ou heterogeneidade nos atrativos turísticos.

Na Festa do Morango, na Região Administrativa de Brazlândia, observa-se que há uma heterogeneização, porque apesar de algumas participações de empresas do grande

capital, como o BRB, e a Rede Globo, estas são focadas somente para a promoção do evento – que está no território, e, portanto, uma promoção do território – e limita-se, segundo as entrevistas semiestruturadas, a esse ponto, sem nenhuma composição e poder de ação na gestão e na administração do evento, que se limitam à ARCAG.

Na Feira da Ceilândia, na Região Administrativa de Ceilândia, é possível a observação de que há heterogeneização, pois a sua gestão se limita à Associação dos Feirantes de Ceilândia, onde a administração e gestão da Feira são feitas em decorrência de assembleias mensais, com direito de voto e veto dos feirantes e a participação da comunidade local, sem a interferência de grandes empresas. A promoção daquele atrativo turístico é feita em grandes redes de TV, assim como nas redes sociais, mas estas se limitam à promoção do território e não à efetivação do funcionamento bem como do uso turístico da Feira.

Na Festa de Pentecostes, há a indicação que há heterogeneização, pois a organização e gestão do evento são feitas pela comunidade paroquial e católica da Região Administrativa de Taguatinga e adjacências. É nítido de grande apoio da comunidade empresarial, sobretudo de pequenos e médios empresários locais, na maioria católicos, conforme a entrevista semiestruturada apurou, mesmo após possíveis esquemas de corrupção, nada comprovados, segundo a Justiça, de repasses ilegais para o financiamento da Festa por meio de interlocuções do Padre Moacir, responsável pela Paróquia São Pedro, e gestores do Governo do Distrito Federal. A promoção do evento, onde este se dá no território, portanto, a promoção do uso do território pelos organizadores e gestores da Festa de Pentecostes tem fins unicamente para o uso turístico do território, com vistas a atrair um público maior de outras Regiões Administrativas que também seguem a Fé católica.

Na Feira do Guará, que está na Região Administrativa homônima, há uma heterogeneização, pois a gestão é feita basicamente pela ASCOFEG. Não há a interferência de grandes empresas, nem mesmo para o apoio ao uso turístico da Região Administrativa. A gestão da Feira do Guará é feita em decorrência das necessidades dos feirantes e de sua Associação de Feirantes, onde há a decorrência de assembleia com a participação dos mesmos, que, diferentemente à Feira da Ceilândia, já não são mais moradores do Guará, em sua maioria, conforme apontou a entrevista semiestruturada. A promoção daquele território é feita pelas redes sociais, com fins do aumento de compradores e, indiretamente, do fluxo de turistas.

A Feira do Produtor de Vicente Pires, na Região Administrativa de mesmo nome, é possível a observação de heterogeneização, pois não há a apropriação de grandes empresas da gestão da Feira, mas somente da Associação dos Feirantes. A lógica do capital manifesta-se somente com “contrapartidas de serviço”, conforme foi apurado na pesquisa de campo, onde, a favor de um serviço ou divulgação de seus serviços, as empresas – pequenas e médias em suma maioria – patrocinam ou fazem alguma ação de melhoria da infraestrutura da Feira. Não existe nenhuma ação de promoção daquele território, sendo o fluxo de turistas formados em decorrência da própria função da Feira: um estabelecimento de venda, onde o uso do turismo torna-se “secundário”, mas existente.

No Mercado do Núcleo Bandeirante há uma clara evidência que a gestão do prédio e dos seus estabelecimentos, entre eles, o Restaurante do Campos, não há a gerência ou a interferência de nenhum ator ou representante de grandes empresas. As entrevistas semiestruturadas apontaram que o Mercado disputa clientes com outros estabelecimentos de compra, sobretudo os *Shoppings*, e essa rivalidade fez o número de clientes diminuir, fazendo com que os consumidores – que praticam turismo – fossem selecionados: só visita que tem arraigado um sentimento de pertencimento com o local e com o que é ofertado no mesmo, criando um movimento de resistência contra aqueles. Há um grande envolvimento da comunidade local, com intensa participação da população da Região Administrativa do Núcleo Bandeirante e adjacências. A promoção do território do Mercado do Núcleo Bandeirante, bem como dos seus serviços oferecidos, se dá somente nas redes sociais e em reportagens de circulação local, mas essas só se deslocam por conta própria, quando há algo de “relevante” a ser desvelado, sem a interferência, inclusive financeira, da gestão condominial local.

No Museu Vivo da História Candanga, há um movimento que tende a ser também heterogeneizador. Não há a interferência do grande capital por ser um bem público, administrado pelo Governo do Distrito Federal. O Museu tem o tempo do cotidiano, integrado com a comunidade local principalmente por ser um local de memória. A própria interferência dessa comunidade, sobretudo da Candangolândia e do Núcleo Bandeirante, fez com que ali se constituísse um museu, pois, se, na Década de 1980 a demolição tivesse se concretizado, possivelmente o Governo do Distrito Federal repassaria o local para uma construtora para a reprodução do capital imobiliário, visto a distância daquele local com o centro de Brasília bem como as diversas rodovias ao redor do que hoje é o museu, possuindo vários meios de acesso. Mesmo com a diminuição do envolvimento da comunidade, pois os

antigos frequentadores estão, na atualidade, atingindo a faixa etária octogenária, há um esforço para que esta se envolva. A promoção do território do Museu somente é feita por divulgação, ora em redes sociais, ora em *folders* distribuídos pela Secretaria de Cultura.

No Museu Histórico de Planaltina, há uma heterogeneização, pois observa-se a não perpetuação e participação do grande capital na dinâmica do turismo no território, bem como de nenhuma grande empresa, sendo a administração de total competência da Administração Regional de Planaltina. O turismo se manifesta na forma do Museu e em sua função, seu conteúdo histórico – sobretudo pela questão da história do território antes da inauguração de Brasília – e em eventos onde a o uso da população local também se manifesta, como nos encontros culturais locais, assim como em assembleias da Academia Planaltinense de Letras. A promoção daquele território se dá pelas redes sociais e por reportagens locais, sem a interferência da Administração de Planaltina ou do Governo do Distrito Federal.

O Vale do Amanhecer há uma heterogeneização, pois observa-se que o uso do território pelo turismo se dá de forma orgânica, onde os fiéis se deslocam no território para participar dos cultos e dos eventos esotéricos que se dão naquele território. A interferência do capital se manifesta somente quando a própria comunidade local torna-se empreendedora de empreendimentos turísticos, sobretudo de pequenos restaurantes e pousadas. Como os eventos se dão ao decorrer de todo ano, definido pelo calendário definido pela OSOEC, o cotidiano da comunidade é afetado pelo turismo. Aqueles que usam o território costumam ser, geralmente, as mesmas pessoas. Não existe promoção do território, onde o deslocamento de pessoas para o Vale se dá de maneira voluntária, em decorrência dos eventos e da função que se dá naquela localidade.

No Circuito Rajadinha, há uma heterogeneização do território em decorrência de seu uso turístico, o que a sua concretização, o seu desvelar turístico se dá mediante um apoio, mesmo que segmentado – pois a ideia do circuito lembra mais uma “confederação” dos proprietários do que um envolvimento unido dos mesmos – da comunidade local de chacareiros e agricultores locais. Há um grande estranhamento ao grande capital e até um distanciamento, o que pode ser apreender nas entrevistas semiestruturadas. O envolvimento para a concretização do turismo se dá com o apoio das instituições estatais, sobretudo aqueles que existem para dar o suporte às atividades do setor primário, como a EMATER-DF e a Secretaria de Agricultura, mas não há nenhum apoio, para o incentivo e a consolidação da dinâmica do turismo no território, da própria Secretaria de Turismo do

Distrito Federal. As ações de promoção do território se dão nas redes sociais, mas também no sítio virtual da EMATER-DF.

Na Fazenda Taboquinha, a dinâmica do turismo é concretizada graças aos serviços que há no local, que são remetidos à realidade, mas também outras funções, como turismo de cunho de aventura, com equipamentos para a prática de motocross, arvorismo e corredeiras. A sua heterogeneização se manifesta necessariamente pela negação, por parte do Estado, da existência de uma dinâmica espacial do turismo, bem como o reconhecimento da prática desse turismo com vistas ao uso da ruralidade ou do turismo de aventura. O envolvimento da comunidade da Região Administrativa de São Sebastião na gestão daquele território praticamente nula, se destacando somente como protagonista na dinâmica do turismo, sendo essa a constituinte da maior parte, quantitativa, do fluxo turístico da localidade. A gestão é de cunho familiar, onde o proprietário e a família se envolvem na gestão da Fazenda, concomitante com as outras funções da Fazenda, sobretudo às atividades ligadas à agricultura e à pecuária. A promoção do território não existe, sendo a dinâmica do turismo não estimulada, existindo de forma orgânica entre os turistas que querem se deslocar e os objetos do turismo existentes naquele território.

Na Fazenda Confiança, há uma heterogeneização do território. A gestão é feita pela família do proprietário que abandonou a produção familiar da agricultura e destinou a função do território unicamente para o turismo. Houve a formação de uma comunidade local, composta por praticantes de turismo de aventura, ecoturismo e turismo rural, com um aproveitamento de uma ruralidade, manifestado na culinária servida pelo restaurante da localidade. A administração da Fazenda não tem interferência de nenhuma grande empresa, sendo o turismo se manifestando de forma orgânica: os turistas se deslocam à Fazenda em decorrência dos objetos existentes, da qualidade deles e do envolvimento da comunidade com os donos da Fazenda Confiança. A promoção do território é feita em redes sociais ou, quando há eventos esportivos que utilizam os elementos naquele território, são feitas pela gerência desses eventos, sobretudo em lojas e em círculos de amizade de praticantes do turismo de aventura, rural ou ecoturismo.

Na cachoeira do Tororó há uma heterogeneização, mas existem especificidades que devem ser ilustradas: apesar da Cachoeira estar administrativamente na Região Administrativa de Santa Maria, a comunidade local desta pouco usa a Cachoeira, sendo esse uso proeminente pelos habitantes da Região Administrativa de São Sebastião, bem como de

outros usuários de outras Regiões Administrativas. Isso é tanto que, em novembro de 2017, o grupo Sebas Turística mapeará a Cachoeira do Tororó como um elemento usado pelo turismo, no espaço, pertencente a São Sebastião e não à Santa Maria, demonstrando a importância da Cachoeira para a população de São Sebastião. No uso do território, pelo turismo, há uma heterogeneização, pois a dinâmica do turismo é construída e constituída unicamente por quem frequenta a Cachoeira e dos seus responsáveis, não identificados pela pesquisa. Não existe nenhuma ação de promoção do território para o turismo, sendo esse existente em decorrência do “boca a boca” entre os frequentadores e os potenciais frequentadores

Na AgroBrasília, apesar do uso turístico do território não estar inserido na política de turismo do Distrito Federal, e esse uso não estar inserido na questão do tombamento do conjunto urbanístico-arquitetônico de Brasília, há apontamentos de que essa dinâmica não se compõe de forma heterogênea. O primeiro motivo é que a decorrência do uso do turismo é se compuser pela ótica do agronegócio e de suas relações locais-globais: o turismo seria um uso do território para se desdobrar e perpetuar as mesmas lógicas que são partícipes na homogeneização do território.

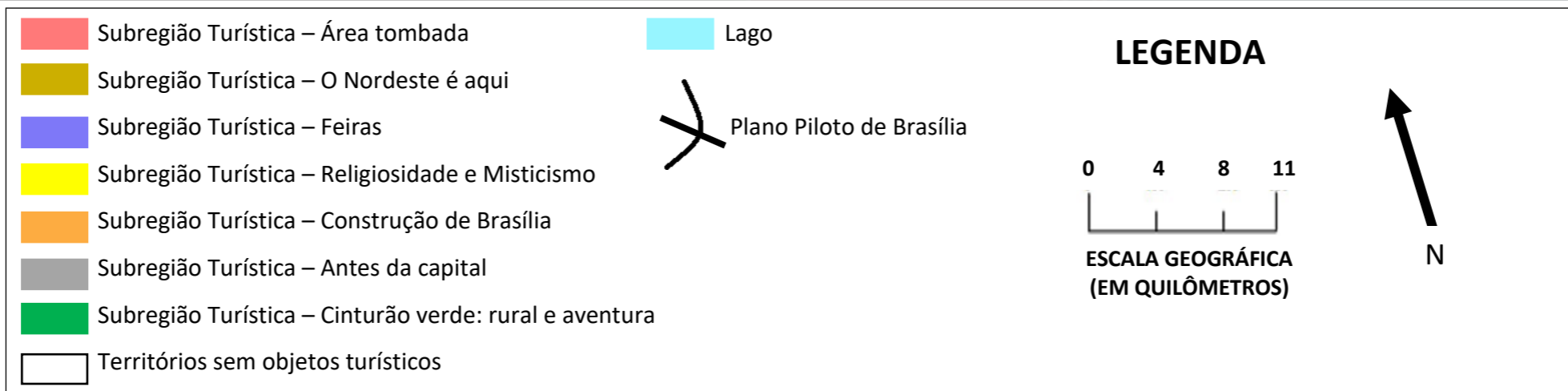
O segundo ponto a ser destacado é que, apesar de ser organizado e protagonizado pela COOPA-DF, o evento em si não é controlado por essa comunidade, sendo o mesmo terceirizado para outras demais empresas, onde o objetivo primordial não é o uso turístico, mas a venda de objetos que serão usados na atividade do setor primário, não só em Brasília, mas em toda região Centro-Oeste do Brasil. Por esse ponto, justifica-se que expositores representantes de grandes multinacionais integram o evento. A promoção do território, mesmo assim, é feita de forma entusiasta, seja paga nas redes de TV e jornais locais, TV por assinatura cuja programação seja para o público rural, bem como a impressão de revistas e o uso pago de anúncios nas redes sociais.

. Em decorrência das ações e dos objetos dispostos no território usados pelo turismo, onde são diferentes e distintos dentro da própria Região Turística: os turistas que se deslocam a um atrativo e praticam turismo são diferentes entre um objeto e outro, bem como as funções dos objetos turísticos diferenciam o “tipo” de turista que usa território. Assim, é possível a formação de “subporções” ou “subregiões” na Região Turística de Brasília, onde são possíveis elencar sete, conforme o *Mapa 4.1.*:

- Subregião Turística I - Área Tombada;

- Subregião Turística II - O Nordeste é aqui;
- Subregião Turística III - As Feiras de Brasília;
- Subregião Turística IV - A construção de Brasília;
- Subregião Turística V - Religiosidades e misticismo;
- Subregião Turística VI - Antes da capital
- Subregião Turística VII - Cinturão verde: rural e aventura.

Deve-se deixar claro que o fato de delimitação do território em decorrência da realidade dos sistemas de objetos e ações não é, em si, integrante de algum processo de homogeneização, pois ao fazer isso, pode passar uma falsa ideia de imposição. Na realidade, essa delimitação, proveniente em decorrência da leitura feita através da literatura de SANTOS (1994), é uma leitura fidedigna da realidade e da diversidade do uso do território, pelo turismo, na Região Turística de Brasília e não uma construção protocolada em decorrência dos mandos dos atores hegemônicos e do sistema econômico global.



*Mapa 4.1. – Subregiões turísticas da Região Turística de Brasília.
Fonte: Elaborado pelo autor (2017).*

4.1 Subregião Turística da Área Tombada

A Subregião Turística da Área Tombada equivale a localidade onde o turismo se dá de forma homogênea, inclusive no PRT. Os objetos constituintes na totalidade da ação do Estado para com as atividades turísticas se concentram nesta subregião. Nela, são estão dispersos os objetos turísticos que são ligados ao Plano Piloto de Brasília, bem como a concepção urbanística de Lúcio Costa e a arquitetura de Oscar Niemeyer. Essa região concentra-se também a maioria de outros objetos turísticos, como hotéis, restaurantes, transportadoras turísticas, operadoras, assim como próteses utilizadas pelo turismo, como rodoviárias e o Aeroporto Internacional, conforme a *Figura 4.1*.

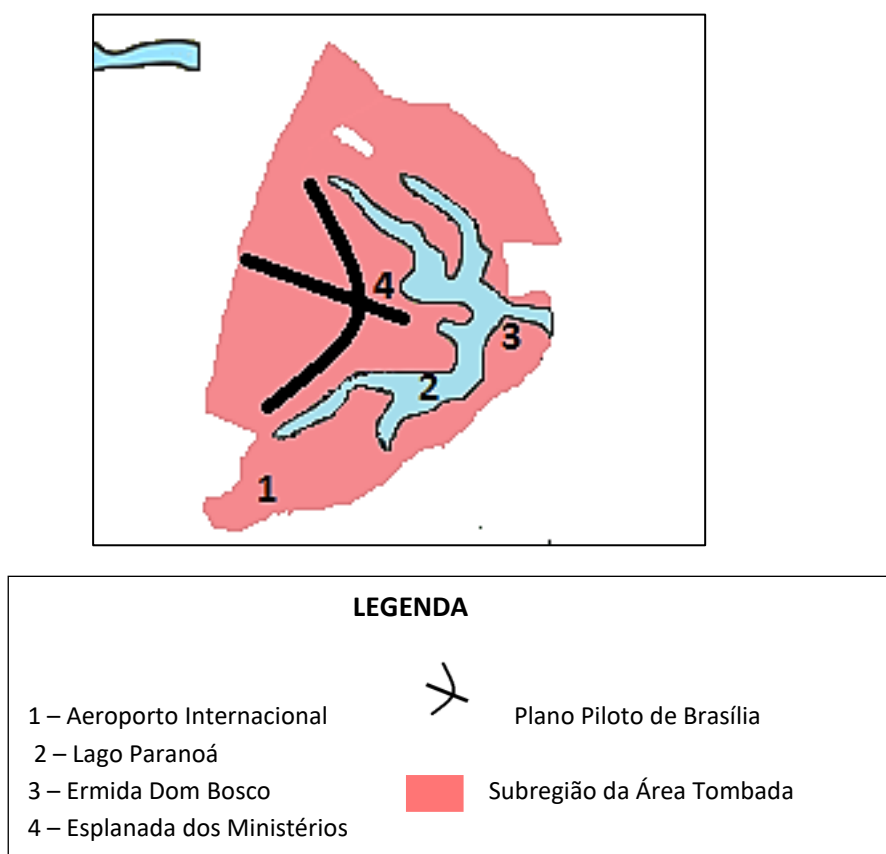


Figura 4.1. – *Configuração territorial da subregião turística da área tombada, com os principais objetos turísticos dispostos no território.*

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

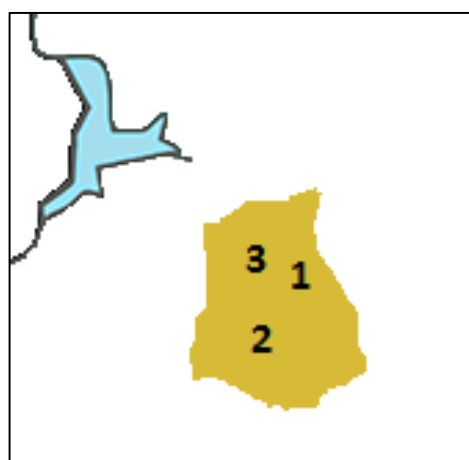
A importância dessa subregião turística revela-se como algo único: os elementos de uma grande cidade construída em menos de 60 meses, além dos componentes estéticos de seus prédios e ao desenho da cidade, a maioria ligados a fase modernista da arquitetura. Além disso, espaços adjacentes ao Plano Piloto, como o Lago Paranoá e a Ermida Dom

Bosco têm fins de contemplação ao componente estético de Brasília, agregando o objeto turístico homogeneizado. Deve-se ponderar que os objetos que constituem essa subregião fazem parte, mas não se definem como todos os elementos do turismo na Região Turística de Brasília.

4.2. Subregião Turística - O Nordeste é aqui

Em 6 de Novembro de 2011, o jornal *The New And York Times*, um dos maiores e mais conhecidos mundialmente, publicou uma reportagem chamada “*36 hours in Brasilia*” onde foi elaborada uma reportagem sobre como um turista poderia usar o turismo no território pelo período de três dias. O mais interessante na reportagem é que, diferente do PRT de turismo da Região Turística, a reportagem reconhecia que existiam objetos turísticos não só na área tombada, mas também nas outras porções do território. O jornal deu um grande destaque para a cultura local, sobretudo à Feira da Ceilandia. A mesma reportagem argumentara que a Feira era um local único de Brasília, onde as raízes nordestinas e culturais da maioria da população se manifestavam e concretizada.

Devido à migração e a fixação desses migrantes na localização onde hoje é a Ceilândia, houve a reprodução de objetos que lembravam de certa forma, a cultura e o cotidiano nordestino. Assim, surgiram centro de compras, espaços artísticos e culturais, nos quais o turismo, em algum momento do tempo, apropriou-se do espaço e fez com que o uso do mesmo também fosse turístico. Esses objetos instigam o turista a ligar-se com tradições nordestinas, sua cultura e sua tradição. Em decorrência desses objetos e dos turistas que vão para esses objetos, para usufruir dessas tradições, tem-se a formação da subregião “nordeste é aqui, conforme a *Figura 4.2.*..



LEGENDA	
1 – Feira de Ceilândia	Subregião Nordeste é Aqui
2 – Casa do Cantador	Lago Descoberto
3 – Museu Vivo da História da Ceilândia	

Figura 4.2. – *Configuração territorial da subregião turística – O Nordeste é aqui, com os principais objetos turísticos dispostos no território.*

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Cabe-se destacar que a Feira é só um dos principais elementos que remetem a esse cotidiano, sendo outros que se destacam como a Casa do Cantador - até recentemente a única edificação projetada por Oscar Niemeyer fora da área tombada - um centro cultural de encontros para a apresentação de repentistas (que ocorre todas as sextas-feiras), bem como a Biblioteca de Literatura de Cordel do Distrito Federal e o Museu Vivo da História da Ceilândia, que conta a história de origem e os primeiros anos da cidade, além da tradição nordestina

4.3. Subregião turística – As Feiras de Brasília

A Subregião Turística – Feiras de Brasília se deu em decorrência da existência das feiras e do uso do território onde estão pelo turismo. Existem inúmeras Feiras pelo Distrito Federal, mas na maioria delas não há a manifestação do turismo: os compradores são

moradores das próprias Regiões Administrativas que compram ou revendem produtos e mercadorias. Em outros casos, como a Feira da Ceilândia, por exemplo, o objeto turístico não está simplesmente no comércio, mas nas tradições e na cultura que são presenciados no território.

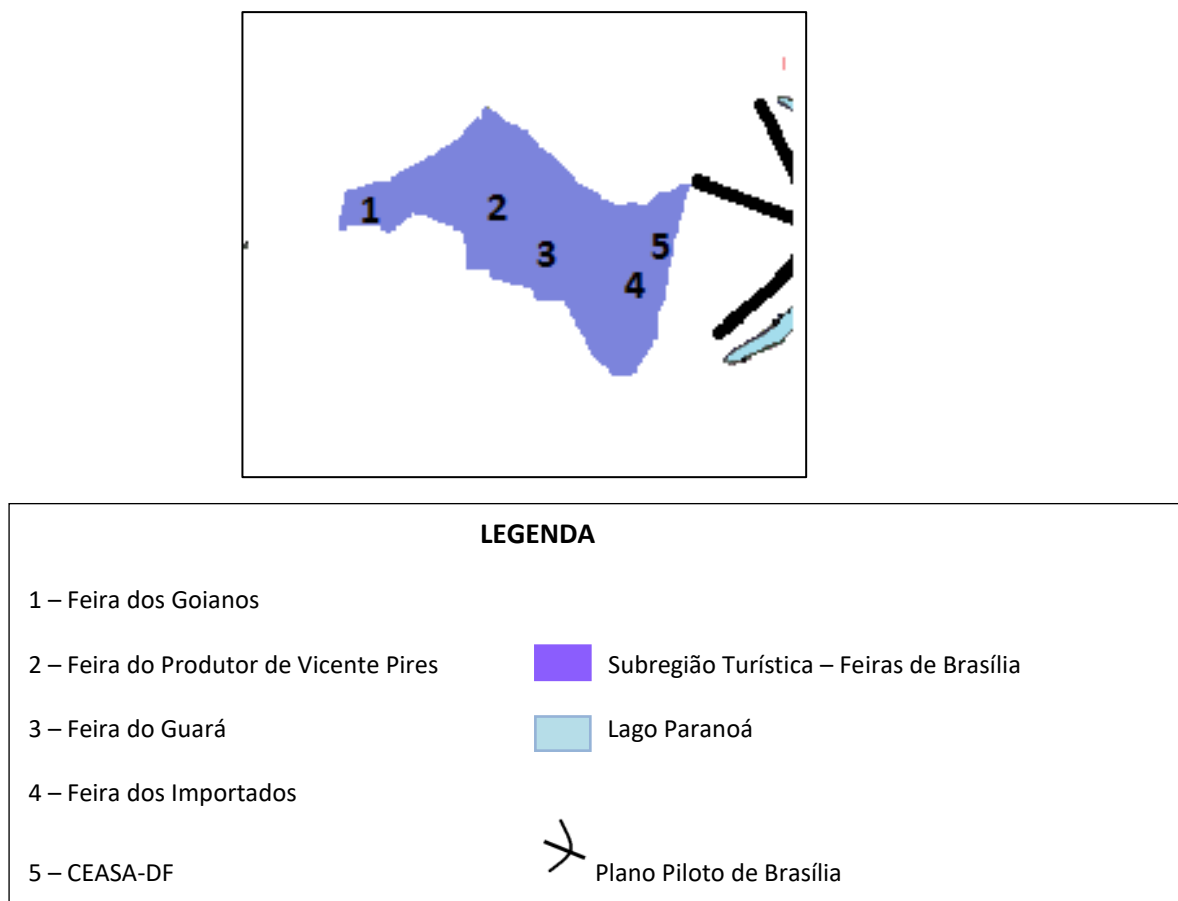


Figura 4.3. – *Configuração territorial da subregião turística – Feiras de Brasília, com os principais objetos turísticos dispostos no território.*

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Conforme a *Figura 4.3.*, as feiras estão agrupadas entre as Regiões Administrativas de Taguatinga, Vicente Pires, Guará e SIA. Além da Feira do Guará e da Feira do Produtor de Vicente Pires, estão a Feira dos Goianos, em Taguatinga, que se destaca pela venda de produtos do ramo de vestuário e calçados, a preço de fábrica, bem como a Feira dos Importados, que se destaca venda de eletroeletrônicos e eletroportáteis de baixo preço, sobretudo oriundos da China e do Paraguai, bem como a CEASA-DF, central de distribuição que, aos sábados, é aberta para o varejo, atraindo pessoas de outras regiões administrativas do Distrito Federal, essas duas ambas na Região Administrativa do SIA.

4.4. Subregião turística – A Construção de Brasília

A Subregião turística – A Construção de Brasília foi formada em decorrência dos objetos, utilizados pelo turismo, que remetem à memória à história há um tempo onde Brasília já tinha sido idealizada e seu processo de construção já se iniciado. Nesse contexto, surgem-se a Cidade Livre, atual Núcleo Bandeirante, e a Candangolândia, que eram assentamentos populacionais, a priori temporários, para abrigar os primeiros migrantes que construíram a capital, apelidados de candangos. Nesses núcleos populacionais existiam estruturas que, ao passar do tempo, ainda perduram-se e, em algum momento da história, o uso turístico do território apropriou-se delas.

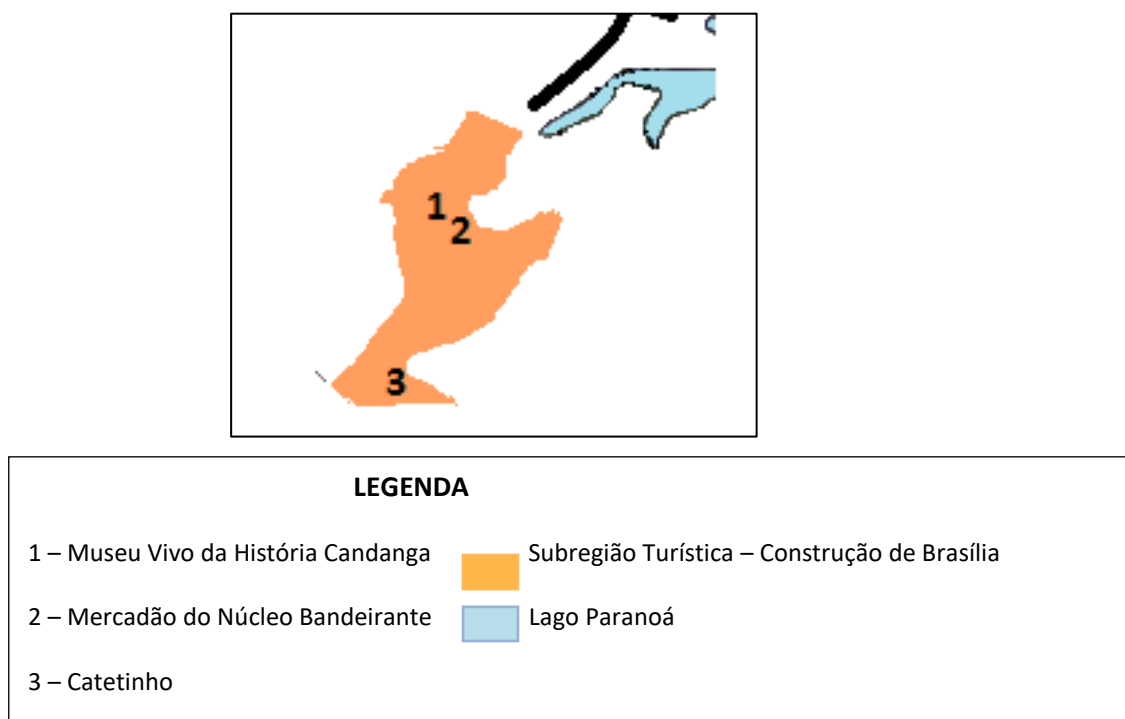


Figura 4.4. – *Configuração territorial da subregião turística – A Construção de Brasília, com os principais objetos turísticos dispostos no território.*

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Conforme a *Figura 4.4.*, disposta acima, os objetos são o Museu Vivo da História Candanga, o Mercado do Núcleo Bandeirante, mas também o Catetinho – não citado pelos atores durante a entrevista estruturada, que, na época da construção da Nova Capital era o local de despacho do Presidente Juscelino Kubitschek e hoje é um museu – e objetos projetados, como a Escola Júlia Kubitschek, onde planeja-se construir a primeira escola de

Brasília com a mesma forma da Década de 1960, mas refuncionalizá-la para tornar-se o Museu da Educação do Distrito Federal.

4.5 Subregião Turística – Religiosidades e Misticismo

Em decorrência da diversidade religiosa do Brasil, conforme apurado pelo IBGE na Pesquisa Nacional de Amostras de Domicílios 2013-2014, Brasília também tem em seus territórios objetos que são utilizados para os fins religiosos e alguns que possuem um uso turístico do território. Esse uso religioso e/ou místico não é estruturado somente em decorrência de uma religião, mas sim, de cultos, seitas que atraem turismo. Dentro da Área Tombada, existe o tempo da LBV – Legião da Boa Vontade, que, nesse trabalho, não será categorizado nessa região turística, e sim, na da área tombada, por dois motivos: o primeiro por estar inserido na área tombada e o segundo pelo PRT de turismo local utilizar desse objeto para a propagação do turismo da Região Turística de Brasília.



Figura 4.5. – *Configuração territorial da subregião turística – Religiosidade e Misticismo, com os principais objetos turísticos dispostos no território.*

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Conforme a Figura 4.5. , o uso turístico se divide entre diferentes áreas da Região Turística de Brasília, onde cabe-se destacar a Festa de Pentecostes, em Taguatinga, além da encenação do Calvário de Cristo, toda Sexta-Feira santa, no Morro da Capelinha – não citados pelos autores durante as entrevistas semiestruturadas – e do Vale do Amanhecer,

ambos em Planaltina. Cabe destacar que a Catedral Metropolitana de Brasília, bem como areja São João Dom Bosco estão na área tombada e o uso turístico destas se depreende mais ao seu quesito arquitetônico, sendo o religioso secundarizado.

4.6. Subregião Turística – Antes da Capital

A área onde foi construída Brasília começou a ser povoada na época indígena, mas somente após o Século XVIII houve um aumento gradativo da população, em decorrência da expansão econômica, sobretudo da mineração, que modificaram as funções no território (BERTRAN, 1978). O uso do território era voltado justamente para esse fim: uma subsistência a essa economia e, com o decaimento e a importância da mineração no contexto da economia brasileira e a emergência de outros, sobretudo do café na Região Sudeste do Brasil, a área onde seria construída Brasília tornou-se substancialmente agrária: produtos para dar suporte à atividade cafeeira e de subsistência. Segundo argumenta Ferreira (2010), somente no segundo quartel do Século XX, as elites locais e nacionais convergiram e queriam, de fato, a interiorização do Brasil, o que se consolidou em 1960. Alguns elementos no território sobreviveram ao tempo e a modernidade que Brasília representa e, em algum momento, o uso do território destes também passou a ser turístico, conforme elementos estão dispostos na *Figura 4.6.*

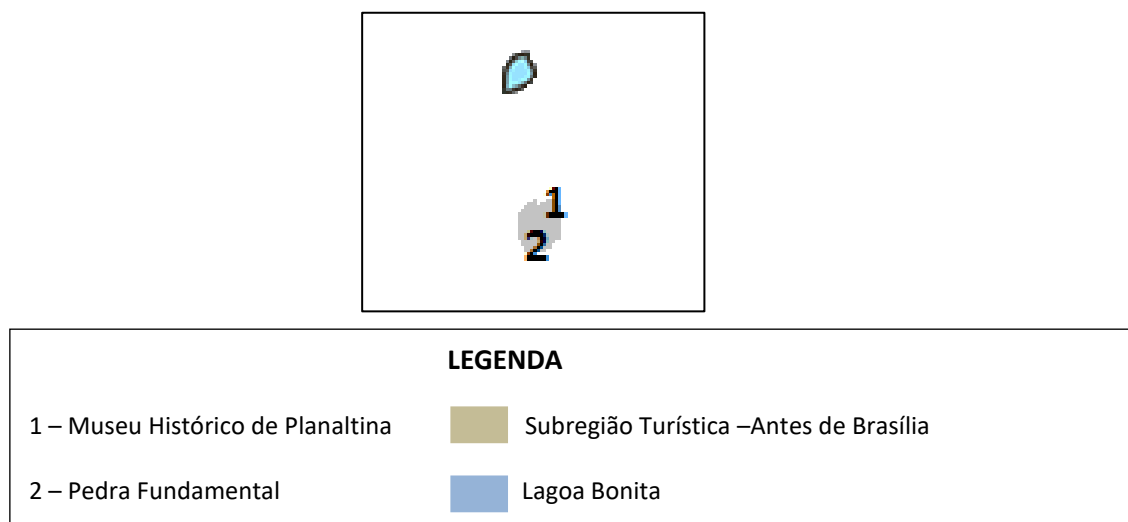


Figura 4.6. – Configuração territorial da subregião turística – Antes de Brasília, com os principais objetos turísticos dispostos no território.

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

Há de se destacar todo o Setor Tradicional de Planaltina, com o casario não tão preservado, hospedando serviços utilizados pela dinâmica do turismo, como hotéis e

pousadas, bem como o próprio Museu Histórico de Planaltina, além de igrejas centenárias, como a Igreja de São Sebastião, construída em 1890 – tombada pelo Governo do Distrito Federal – e a Pedra Fundamental de Brasília, localizada na zona rural da Região Administrativa de Planaltina, inaugurada em 1922, no centenário da independência, mostrando um interesse, por parte das elites nacionais, uma ação da transferência da Capital Federal para o interior do Brasil.

4.7. Subregião Turística – Cinturão Verde: Rural e aventura

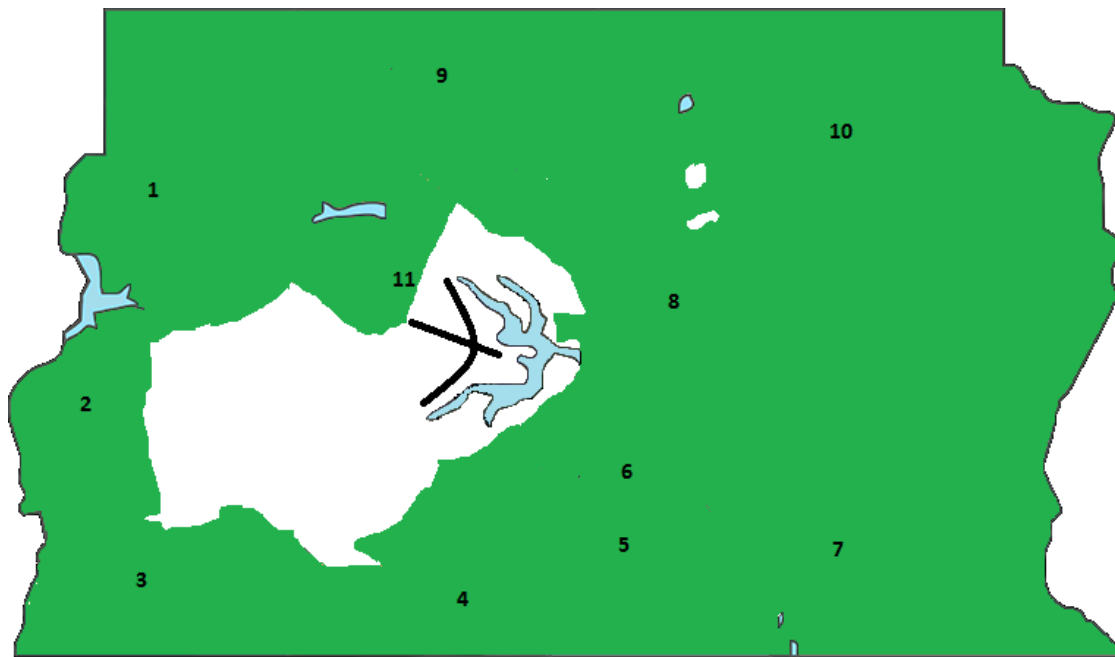
Conforme o Mapa do Turismo do Distrito Federal, na página XXX, a maior parte do uso do turismo na Região Turística de Brasília se deve ao rural e/ou aventura. Krahl (2009) é sucinta em sua análise epistemológica de turismo rural, onde diz que, para ter e ser, de fato, um turismo rural, esses territórios devem dispor um elemento fundamental: a ruralidade.

“[...] Chegou-se a conclusão de que a autenticidade do turismo rural tem como base os elementos que expressam a ruralidade; e que se externam nessas características. Portanto, o verdadeiro turismo rural deve definir-se pela manifestação da ruralidade, embora cada lugar e cada região apresente uma ruralidade própria” (KRAHL, 2009: 162).

Essa ruralidade se manifestaria em decorrência de nove fatores: a dimensão dos objetos turísticos, no tocante a sua capacidade de recebimento de turistas; sua oposição à paisagem da cidade; manutenção de atividades primárias no estabelecimento, sendo um turismo não a atividade principal no território; utilização dos recursos locais; base familiar e tradicional naquele território; ofertas de serviços turísticos em decorrência da realidade do território; incremento do desenvolvimento local e não somente do crescimento ou do lucro; disponibilização de benefícios para toda a comunidade rural local e empoderamento das comunidades (KRAHL, 2009). Assim, a autora cria três categorias do uso do território, pelo turismo, nas áreas não-urbanas: o turismo rural - que respeita todos esses fatores -, o agroturismo - que há um envolvimento ainda maior do território e de quem o usa, tratando-o como alvo vivo e não somente como “palco” e o turismo no espaço rural, onde o uso do território se dá, de fato, mas não seguindo os fatores, adquirindo o sufixo “rural” somente por não está dentro das cidades. Nessa discussão, KRAHL (2009) analisa esse uso do território no Distrito Federal e conclui, por fim, que nessa unidade federativa - a mesma que compreende a Região Turística de Brasília, analisada por este trabalho - não há turismo rural, e sim, turismo em espaços rurais.

Essa argumentação se confirma ao se estudar, na pesquisa de campo, os elementos no território do turismo rural da Região Turística de Brasília: Apesar de estar fora dos centros urbanos das Regiões Administrativas do Distrito Federal, a maioria deles estão dispostos para o lazer e o entretenimento de fim de semana, existindo somente para esse fim, sem nenhum vínculo ou contato com a comunidade local: chácaras, clubes, hotéis Fazenda, centros de recreação, fazendas onde há a propagação do “turismo rural”, mas, na verdade, não há. Muitos desses elementos são estruturas utilizadas por turistas de aventura, o que ocasiona uma fusão dos elementos oferecidos pelos objetos turísticos: está no espaço rural, mas não há a ruralidade, e, sim, uma adaptação da paisagem e dos elementos do território, com o incremento de atividades de esportes radicais, escaladas, cachoeiras e piscinas, etc.

Os objetos do turismo rural, turismo de aventura e do turismo no espaço rural estão dispostos ao redor das outras subregiões, formando uma espécie de cinturão, conforme a *Figura 4.7.* Os objetos dispostos nessa subregião turística são o Circuito Rajadinha, a Festa do Morango - que exercem sua ruralidade de forma nítida - a Fazenda Confiança, a Fazenda Taboquinha, a Cachoeira do Tororó além de chácaras nas áreas das Regiões Administrativas de Ceilandia, Brazlândia, Samambaia, Recanto das Emas, Gama, Santa Maria, São Sebastião, Paranoá, Planaltina e Fercal, como a Chapada Imperial, hotéis fazendas no Paranoá e em Planaltina e chácaras, em todas as demais RA's, todos estes não citados.







LEGENDA	
1 – Festa do Morango	7 – AgroBrasília
2 – Clube Thermas	8 – Circuito Rajadinha
3 – Ponte Alta	9 – Fazenda Confiança
4 – Cachoeira do Tororó	10 – Hotel Fazenda Águas Emendadas
5 – Clube do Dino	11 – Parque Nacional de Brasília
6 – Fazenda Taboquinha	 Lago
 Plano Piloto de Brasília	 Subregião turística – Cinturão verde
	 Outras subregiões turísticas

Figura 4.7. – Configuração territorial da subregião turística – cinturão verde, com os principais objetos turísticos dispostos no território.

Fonte: Elaborado pelo autor (2017).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Programa de Regionalização do Turismo, na Região de Brasília, foi usado posteriormente após sua aprovação legal, em 2012, mesmo que, anteriormente, já havia estudos apontando rumos para a gestão do turismo no Distrito Federal. Ao decorrer de sua implementação, conforme apurado nas leituras dos Relatórios de Gestão da Secretaria de Turismo do Distrito Federal, as suas diretrizes foram modificadas, onde conclui-se que praticamente nenhuma das ações efetivas relatadas teve como foco a área fora do tombamento e considerada “Patrimônio Cultural da Humanidade”.

Há de se constar que a maioria absoluta dos agentes-atores que representam o CONDETUR – a instância regional de governança criada a partir do entendimento de descentralização e aproximação aos sujeitos que criam, modificam e excluem o turismo do território – pertencem ao *trade* turístico, sendo que menos de 20% são de representantes de grupos da sociedade civil organizada, como sindicatos e representantes do meio acadêmico e estudantil e, portanto, há de se imaginar que as lógicas do Capital provavelmente transpuseram as lógicas das necessidades e do Estado na implantação do Programa. O processo de homogeneização não se dá por si só neste retrato, mas no fato que as ações e metas do PRT na Região Turística de Brasília foram, de forma flagrante, destinadas a uma só área dessa região, ignorando as outras. Essa decisão, de certa forma, foi deliberada pelo CONDETUR e sua maioria ligada ao setor produtivo, que fez com que as diretrizes do PRT tivessem o componente de fragmentação e segregação do território.

Também deve ser constatado que foi revelado, em decorrência das pesquisas de campo e das entrevistas semiestruturadas, uma realidade que mostrava uma dinâmica espacial do turismo – uma interrelação entre os objetos e ações no território – nas áreas não usadas e não descritas pelas diretrizes demonstradas no Relatório de Gestão e no Plano de Turismo criativo para, conjuntamente, essas interrelações formarem um sistema próprio de ações e objetos na Região Turística de Brasília. Portanto, é possível afirmar que a Região Turística de Brasília, bem como as diretrizes do PRT, tem nuances de homogeneização, contrariando a intencionalidade de criação das mesmas, que foram pensadas por um sentimento antihomogeneizador, conforme as outras políticas ensejadas naquele período histórico. Assim, é possível apontar que o Programa de Regionalização do Turismo teve uma boa intenção, sobretudo na finalidade de descentralização e bem como a política de debate com os agentes-atores do turismo da Região Turística de Brasília, independentemente

da sua representação dentro da dita cadeia produtiva do turismo local, mas que foram desvirtuadas provavelmente em decorrência de modificação das ações do PRT pelos atores do setor privado no CONDETUR.

Assim, é possível apontar uma configuração territorial do turismo na Região Turística de Brasília no tempo histórico de elaboração e análise dessa dissertação, mas que, em decorrência da própria dinâmica de criação do espaço, este pode ser modificado e alterado, onde podem se extinguir os objetos turísticos usados por essa pesquisa, assim como surgir outros e reordenando o próprio sistema de objetos de ações da Região Turística de Brasília, fazendo com que essa análise seja constante e que este trabalho não seja um fim em si mesmo.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zygmund. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2001.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do Turismo**. São Paulo: Editora Senac, 2004.
- _____. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Editora Aleph, 2006.
- BERTRAN, Paulo. **Formação Econômica de Goiás**. Goiânia: Editora Oriente, 1978.
- BRASIL. **Constituição Federal da República Federativa do Brasil**. Brasília: Edição do Supremo Tribunal Federal, 2007.
- _____. EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. **EMBRATUR 50 anos: uma trajetória do turismo no Brasil**. Brasília, 2016.
- _____. IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Relatório da Pesquisa Nacional de Amostras a Domicílio 2013-2014**. Rio de Janeiro, 2015.
- _____. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Introdução ao Programa de Regionalização do Turismo**. Brasília, 2007.
- CARNEIRO, Laís Martins. **Contradições conceituais do Programa de Regionalização do Turismo e suas implicações na execução – Estudo de caso: Distrito Federal**. 2014. 196 f. Dissertação de Mestrado Profissional em Turismo. Centro de Excelência em Turismo – Universidade de Brasília. Brasília, 2014.
- COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO E PLANEJAMENTO DO DISTRITO FEDERAL – CODEPLAN. **Pesquisa Distrital de Amostra de Domicílios da R.A. III – Taguatinga**. Brasília, 2016.
- _____. **Pesquisa Distrital de Amostra de Domicílios da R.A. IV – Brazlândia**.
- _____. **Pesquisa Distrital de Amostra de Domicílios da R.A. VI - Planaltina**. Brasília, 2015.
- _____. **Pesquisa Distrital de Amostra de Domicílios da R.A. VII - Paranoá**. Brasília, 2016.
- _____. **Pesquisa Distrital de Amostra de Domicílios da R.A. VIII – Núcleo Bandeirante**. Brasília, 2016.
- Brasília, 2016.
- _____. **Pesquisa Distrital de Amostra de Domicílios da R.A. IX - Ceilândia**. Brasília, 2016.
- _____. **Pesquisa Distrital de Amostra de Domicílios da R.A. X – Guará**. Brasília, 2016.

_____. **Pesquisa Distrital de Amostra de Domicílios da R.A. XIII – Santa Maria.** Brasília, 2015.

_____. **Pesquisa Distrital de Amostra de Domicílios da R.A. XXX – Vicente Pires.** Brasília, 2016.

CORREIO BRAZILIENSE.
http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/cidades/2017/06/02/interna_cidadesd f,599858/comeca-a-festa-de-pentecostes-no-taguaparque.shtml. (Acesso em 28 de Setembro de 2017).

CRUZ, Rita de Cassia Azira da. **Introdução à Geografia do Turismo.** 2ª Edição. São Paulo: Editora Roca, 2003.

_____. **Política de turismo e território.** São Paulo: Editora Contexto, 2000.

_____. **Políticas de turismo no Brasil: Território usado, território negligenciado.** Revista Geosul, Florianópolis, v.20, n.40, p. 27-43, jul./dez, 2005.

DISTRITO FEDERAL. CODEPLAN – Companhia de Desenvolvimento e Planejamento do Distrito Federal. **I Plano de Desenvolvimento Turístico do Distrito Federal.** 2º Volume. Brasília, 1973.

_____. Conselho de Desenvolvimento de Turismo do Distrito Federal. **Ata da 10ª reunião do CONDETUR,** do dia 13 de Julho de 2012.

_____. **Decreto 2.542/1974,** de 12 de Fevereiro de 1974.

_____. **Decreto 11.921/1989** de 25 de Outubro de 1989.

_____. **Lei 467/1993,** de 25 de junho de 1993

_____. **Lei 4.483/2012,** de 11 de Julho de 2012.

_____. **Lei Complementar 94/1998,** de 19 de Fevereiro de 1998.

_____. Secretaria Adjunta de Turismo do Distrito Federal. **Plano de Turismo Criativo de Brasília.** Secretaria Adjunta de Turismo do Distrito Federal *ET. Al.* Brasília, 2016.

_____. Secretaria de Turismo do Distrito Federal. **Relatório de Gestão - SETUR 2011-2014.** Brasília, 2014.

EMPRESA DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA E EXTENSÃO RURAL DO DISTRITO FEDERAL. EMATER-DF. **Informações Agropecuárias do Distrito Federal 2016.** Brasília, 2017.

_____. <https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/2016/07/24/conheca-o-circuito-rajadinha-em-planaltina/>. (Acesso em 12 de Outubro de 2017).

FERNANDES, Suellen Wallace Rodrigues. **A Inserção do espaço geográfico na política de turismo**. In: STEINBERGER, Marília (org.). Território, Estado e Políticas Públicas Espaciais. Brasília: Editora Ler Editora, 2013.

FERREIRA, Ignez Costa B. **Brasília: Mitos e contradições na história de Brasília**. In: PAVIANI, Aldo *et. Al.* (orgs.). BRASÍLIA 50 ANOS: DA CAPITAL A METRÓPOLE. Brasília: Editora UnB, 2010.

GOMES, Paulo César da Costa. **O conceito de região e sua discussão**. In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. Geografia: Conceitos e Temas. 11ª Edição. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 2008.

HAMARAL, Leão. **Ceilândia 40 anos depois: Quem fez história, quem faz história**. Ceilândia: Edição de Sidney Baptista Sobrinho, 2013.

JAPIASSU, Hilton; MARCONDES, Danilo. **Dicionário básico de Filosofia**. 4ª Edição. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2006.

KONDER, Leandro. **O que é dialética**. 28ª edição. 6ª reimpressão. São Paulo: Editora Brasiliense, 2008.

KRAHL, Mara Flora L. **Características básicas do turismo rural: um olhar sobre o Brasil e o DF**. In: STEINBERGER, Marília (org.). Territórios Turísticos no Brasil Central. Brasília: Editora LGE Editora, 2009.

MEDEIROS, Ana Elisabeth; CAMPOS, Neio L.O. **Cidade projetada, construída, tombada e vivenciada: pensando o planejamento urbano em Brasília**. In: PAVIANI, Aldo *et. Al.* (Orgs.). Brasília 50 Anos: Da Capital a Metrópole. Brasília: Editora UnB, 2010.

MOESCH, Marutschka. **A produção do saber turístico**. 2ª ed. São Paulo: Editora Contexto, 2002.

MOLINA, Sergio. **O pós-turismo**. 2ª ed. São Paulo: Editora Aleph, 2003.

OBRAS SOCIAIS DA ORDEM ESPIRITUALISTA CRISTÃ. <http://valedoamanhecer.org/calendario-e-datas/>. (Acesso em 15 de Outubro de 2017).

PERONI, Vera. **Política e papel do Estado no Brasil dos anos 1990**. São Paulo: Editora Xamã, 2003.

PIKETTY, Thomas. **O capital no Século XXI**. Tradução de Monica Baumgarten de Bolle. 1ª Edição. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2014.

SALVADOR, Diego. **A Geografia e o método dialético**. Sociedade e Território, Natal, v. 24, nº 1, p. 97 - 114, jan./jun. 2012.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço. Técnica e tempo, razão e emoção**. 4ª Edição. 2ª reimpressão. São Paulo: Editora Edusp, 2006 [1996].

_____. **Espaço e Método.** 5ª Edição. 2ª reimpressão. São Paulo: Editora Edusp, 2014 [1985].

_____. **Metamorfoses do Espaço Habitado.** 6ª Edição. 1ª reimpressão. São Paulo: Editora Edusp, 2012 [1988].

_____. **Por uma Nova Globalização: Do pensamento único à consciência universal.** 20ª Edição. Rio de Janeiro: Editora Record, 2011 [2000].

_____. **Técnica, Espaço, Tempo. Globalização e meio técnico-científico internacional.** São Paulo. Editora Hucitec, 1994.

SCHIMIDT, Mário Furley. **Nova História Crítica.** São Paulo: Editora Nova Geração, 1999.

SOUSA, Diogo Diniz de. **Políticas públicas de Turismo no Distrito Federal e a relação com o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil.** 2015. 87 f. Monografia em Turismo. Centro de Excelência em Turismo – Universidade de Brasília. Brasília, 2015.

STEINBERGER, Marília. **Território e federação na retomada da produção de políticas públicas espaciais pós-2002.** In: BRANDÃO, Carlos e SIQUEIRA, Hipólita (orgs.). Pacto Federativo, Integração Nacional e Desenvolvimento Regional. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2013.

_____; SILVA, Ângela Meneses de Souza. A Região Turística de Brasília: Uma proposta para discussão. In: STEINBERGER, Marília (org.). **Territórios turísticos no Brasil Central.** Brasília: Editora LGE Editora, 2009.

TELES, Reinaldo Miranda. **Fundamentos Geográficos do Turismo.** Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2009.

THE NEW YORK TIMES.
<http://\mobile.nytimes.com/slideshow/2011/11/06/travel/20111106-hours-brasilia-13/s/06BRASILIA-slide-FX0H.html>. (Acesso em 14 de Novembro de 2017).

URRY, John. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas.** São Paulo: Editora Studio Nobel, 2001.

APÊNDICES

Roteiro de Entrevista

Primeira parte de entrevistas - Associações de moradores, associações comerciais e instituição pública para a dissertação de mestrado de Diogo Diniz de Sousa, pesquisador do GEA|UnB.

Entrevistado e qual instituição ela representa:

Nessa região administrativa, a instituição considera que existe um turismo, ou seja, um estabelecimento ou equipamento, que, por menor que seja, atraiam pessoas "de fora" para fins turísticos? Se sim, quais lugares?

A instituição considera, em uma escala crescente, quais são "os mais importantes"?

A instituição considera que há um maior esforço do governo ou de empresas ou da comunidade ou dos donos do empreendimento ou associação que os representam para a atração de turismo desses lugares? Por quê?

A instituição considera que há um diálogo entre a gestão desses lugares com a comunidade local e com o seu entorno?

Qual a importância do atrativo e do turismo para o desenvolvimento da comunidade, da cultura da comunidade e da história local?

Há algum conhecimento de normatização ou regramento institucional, por meio de leis, decretos, portarias, etc., para o turismo nessa região administrativa?

O processo de gestão do turismo é compartilhado entre os atores ou as demandas são "de fora"?

Há uma integração do espaço com as demandas e com a própria gestão e desenvolvimento do turismo?

A instituição acha que há alguma ação de propaganda e *marketing* para a atração do turismo?

A instituição considera que o turismo, mesmo que não seja o ideal, ele é importante para essa RA?

A instituição considera que as ações governamentais e empresariais do turismo são focadas no Plano Piloto? Se sim, quais ações poderiam ajudar a essa "descentralização"? Se não, justifique o porquê o entrevistado não vê essa centralização.

Eu, _____,
autorizo a reprodução desta entrevista para o trabalho elaborado por Diogo Diniz de Sousa e também para outras circunstâncias, exclusivamente acadêmicas, desde que citadas as fontes, contendo o meu nome e a data e o motivo da entrevista.

Assinatura do entrevistado

Data da entrevista

Roteiro de Entrevista

Segunda parte de entrevistas - Visitantes e representantes dos objetos do uso do território pelo turismo

Quem é o entrevistado?

Visitante () Representante de atrativo turístico ()

Você considera que há um maior esforço do governo ou de empresas ou da comunidade ou dos donos do empreendimento ou associação que os representam para a atração de turismo desses lugares? Por quê?

Você considera que há um diálogo entre a gestão desses lugares com a comunidade local e com o seu entorno?

Qual a importância do atrativo e do turismo para o desenvolvimento da comunidade, da cultura da comunidade e da história local?

Há algum conhecimento de normatização ou regramento institucional, por meio de leis, decretos, portarias, etc., para o turismo realizado nesse atrativo?

O processo de gestão do turismo ele é compartilhado entre os atores ou as demandas são "de fora"?

Há uma integração do espaço com as demandas e com a própria gestão e desenvolvimento do turismo?

Você acha que há alguma ação de propaganda e marketing para a atração do turismo?

A instituição considera que o turismo, mesmo que não seja o ideal, ele é importante para a comunidade local? E como você pensa que este atrativo contribui para esse fim?

A instituição considera que as ações governamentais e empresariais do turismo ficam focados no Plano Piloto? Se sim, quais ações poderiam ajudar a essa "descentralização"? Se não, justifique o porque o entrevistado não vê essa centralização.

Nome: _____

Local de residência: _____