

**Mídia local, museus e turismo:
quais os legados a marca ‘Cuiabá 300 Anos’ deixará?**

DOI: 10.2436/20.8070.01.93

Giordanna Laura da Silva Santos

Doutora em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia, Brasil.

Professora da Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil.

E-mail: giosants@gmail.com

Resumo

Este artigo tem intuito de analisar as ações turísticas e culturais propostas pela Prefeitura Municipal de Cuiabá em comemoração ao tricentenário da capital mato-grossense, a partir da análise dos Planos Estratégicos de 2012-2019, 2013-2023 e 2017-2023, que integram o Programa de Desenvolvimento Institucional Integrado (PDI), proposto pelo Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso e integrado por Cuiabá a partir de 2012. Busca-se analisar, em torno da ideia de “Cuiabá 300 Anos”, qual concepção de turismo vem sendo trabalhada pelos órgãos responsáveis, assim como identificar como essa conceituação se relaciona, especificamente, com Museus e Galerias de Arte localizados no município. Diante de várias expressões artístico-culturais que representam a cultura em Cuiabá, optou-se em eleger museus e galerias de arte por considerá-los enquanto espaços capazes de contribuir para o turismo cultural na capital mato-grossense, que serve como passagem para destinos turísticos como Pantanal, Chapada dos Guimarães e outras localidades no Estado. A metodologia utilizada foi, primeiramente, a pesquisa bibliográfica e documental, bem como análise de conteúdo dos planos e, também, de materiais coletadas da mídia online local.

Palavras-chave: Cultura. Museus. Turismo. Mídia online local. Cuiabá 300 Anos.

1 CUIABÁ 300 ANOS E ‘CAPITAL DO PANTANAL E DO AGRONEGÓCIO’

Capital do Estado de Mato Grosso, Cuiabá faz parte da chamada Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá, localizada à margem esquerda do rio Cuiabá. É um dos principais polos de desenvolvimento da região Centro Oeste e tem o maior Produto Interno Bruto (PIB) do Estado, registrando R\$ 36.556,40 bilhões em 2015 (BRASIL, 2018).

Centro Geodésico da América do Sul, Cuiabá, apesar de prestes a completar 300 anos, é uma capital que não costumava estar nos radares da mídia nacional, salvo em casos de corrupção e condições climáticas, devido às altas temperaturas registradas (próximo aos 40° e a baixa umidade comuns na cidade).

No entanto, a partir da Copa do Mundo da Federação Internacional de Futebol (FIFA) de 2014, ganhou visibilidade no cenário nacional, por ter sido uma das sub sedes desse megaevento esportivo. Antes, durante e depois desse Campeonato Mundial de Futebol, Cuiabá passa a ser amplamente denominada como “Capital do Pantanal e do Agronegócio” (CUIABÁ, 2013; CUIABÁ, 2014). Tais expressões foram principalmente utilizadas pela gestão do ex-prefeito e atual candidato a governador Mauro Mendes. Essa denominação, bem como a diversidade de ecossistemas no Estado, é usada como fator para o potencial de turismo na capital mato-grossense.

Vale lembrar que o município já foi conhecido como “Cidade Verde”, por conta da grande área verde que possuía. Porém, atualmente reforça-se o potencial do agronegócio no Estado, em detrimento das (ainda) restantes áreas verdes, seja em Cuiabá ou em outras regiões mato-grossenses. Essa lógica, inclusive, é contraditória à ideia de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável, referida nos Planos Estratégicos que são objetos de análise desse estudo.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2015, Cuiabá registrava quase 600 mil habitantes (BRASIL, s/d). Dentre as várias características, dados e informações da capital mato-grossense, neste artigo atém-se apenas às expressões culturais e turísticas.

Nesse sentido, atualmente, o município conta com um órgão gestor conjunto de turismo e cultura, a Secretaria Municipal de Cultura, Esporte e Turismo. Possui Conselho Municipal de Cultura e de Turismo.

Segundo informações do Perfil dos Estados e dos Municípios Brasileiros 2014 – Suplemento Cultura, Cuiabá possui os seguintes equipamentos culturais municipais: três (03) museus, um (01) teatro ou sala de espetáculos, um (01) centro cultural, dois (02) centros de artesanato e não possui nenhuma galeria de artes pública (BRASIL, 2014). Com relação aos museus administrados pelo poder público municipal, são eles: Museu do Morro da Caixa D’Água Velha, Museu da Imagem e do Som (MISC) e Museu do Rio. Há outros museus e uma galeria de arte que são vinculados ao Estado, bem como também existem galerias de arte privadas.

No que diz respeito ao turismo, Cuiabá integra a Região Turística Metropolitana de Mato Grosso, sendo enquadrada como categoria A, de acordo com metodologia do Programa de Regionalização do Turismo, responsável pelo Mapa do Turismo Brasileiro (BRASIL, 2017), do Ministério do Turismo. Na categoria A estão reunidos os municípios com maior desempenho da economia do turismo e na categoria E os municípios com menor desempenho da economia do turismo (BRASIL, 2018). Para mensurar esse desempenho, são usadas quatro variáveis: quantidade de estabelecimentos de hospedagem; quantidade de emprego em estabelecimentos de hospedagem; quantidade estimada de visitantes domésticos e quantidade estimada de visitantes internacionais.

Segundo o Índice de Competitividade do Turismo Nacional (BRASIL, 2015), elaborado pelo Ministério do Turismo, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Fundação Getúlio Vargas (FGV), o índice geral alcançado por Cuiabá indica que o destino se situa no nível quatro de competitividade e registrou estabilidade em relação ao último ano da pesquisa. O resultado é superior à média Brasil e inferior à média das capitais, considerando-se a escala entre os níveis um a cinco.

Ainda de acordo com esse levantamento, 28 destinos, dos 65 pesquisados, encontram-se no mesmo nível que Cuiabá. Por outro lado, a maior parte dos destinos pesquisados está no nível três. (BRASIL, 2015, p.9-11).

Dessa forma, tem-se como objetivo analisar, em torno da ideia de “Cuiabá 300 Anos”, qual concepção de turismo vem sendo trabalhada pelos órgãos responsáveis, assim como identificar como essa conceituação se relaciona, especificamente, com Museus e Galerias de Arte localizados em Cuiabá. Diante de várias expressões artístico-culturais que representam a cultura em Cuiabá, optou-se em eleger museus e galerias de arte por considerá-los enquanto espaços culturais capazes de contribuir para o turismo cultural na capital mato-grossense, que serve como passagem para destinos turísticos como Pantanal, Chapada dos Guimarães e outras localidades no Estado.

A metodologia utilizada foi, primeiramente, a pesquisa bibliográfica e documental, bem como análise de conteúdo dos planos e, também, de materiais coletadas da mídia online local.

2 CONTEXTUALIZAÇÃO DOS OBJETOS DE ANÁLISE

Considerando-se “acontecimento” como “uma ocorrência saliente que retém a atenção pública: da mídia, do público ou dos atores públicos” (QUÉRÉ, 1997, p. 421, tradução nossa), dois grandes acontecimentos (um já passado e outro por vir) impactam nas políticas públicas para cultura e turismo em Cuiabá. São eles: a Copa do Mundo de 2014 e os 300 Anos de Cuiabá, que será celebrado em 08 de abril de 2019.

É possível verificar tal afirmação analisando-se os objetos deste artigo: os planos estratégicos de Cuiabá em três gestões municipais diferentes, sendo eles de 2012-2019 (gestão do ex-prefeito Francisco Bello Galindo Filho, conhecido como Chico Galindo); 2013-2023 (gestão Mauro Mendes) e 2017-2023 (gestão do atual prefeito Emanuel Pinheiro).

No primeiro Plano Estratégico, fica explícita a importância que o megaevento esportivo assumiu para o município.

No ambiente externo, a Copa 2014 é a variável propulsora principal, pois o evento ensejará na aplicação de recursos federais e estaduais nas obras de mobilidade urbana, além da exposição da cidade na mídia nacional e internacional, trazendo conseqüentemente o fortalecimento da economia local a partir da ampliação do turismo e ecoturismo e a geração de emprego e renda. [...]. (CUIABÁ, 2012, p.22).

De fato, os dois aspectos expostos acima, foram concretizados. Ou seja, ocorreu aplicação de recursos federais e estaduais, porém boa parte das obras de mobilidade urbana ou foram malfeitas, e conseqüentemente tiveram que ser refeitas, ou não foram entregues até a Copa, tendo, inclusive, algumas que ainda estão em andamento ou estão paradas. E por conta disso, Cuiabá, sem dúvidas, ganhou mais visibilidade na mídia nacional, seja de modo negativo, por conta das obras da Copa atrasadas e/ou inacabadas, ou de modo positivo, como um potencial turístico devido o Campeonato Mundial de Futebol.

Além de expresso no trecho acima, o fomento ao turismo se fez presente como um dos objetivos estratégicos no item “Perspectiva Social” do Mapa Estratégico, sendo que também havia um objetivo estratégico específico para cultura, “Fomentar Iniciativas Culturais”. Nota-se que, à época, esse acontecimento foi supervalorizado no

tocante à promoção e à construção de políticas públicas de turismo e cultura, como é possível observar no trecho acima retirado do Plano Estratégico de 2012-2019 e, ao longo deste artigo, será justificada essa constatação.

Passados seis anos da elaboração do documento e quatro da realização do megaevento esportivo, o cenário que se tem é muito distinto do que se projetou. Porém, o que se observa é que, novamente, outro acontecimento provoca expectativa similar no que diz respeito a “ampliação do turismo”. Trata-se dos 300 anos da capital mato-grossense.

No momento em que se escreve este artigo – junho e julho de 2018 – boa parte dos museus (principalmente os estaduais) e uma galeria de arte pública está fechada, a infraestrutura e a mobilidade urbana da cidade ainda estão, em sua maioria, deficitárias, apresentando diversas obras da Copa inacabadas.

Considerando-se esse cenário, o objetivo deste artigo foi analisar o que a atual gestão, tendo em vista o acontecimento por vir (Cuiabá 300 Anos), propõe para o turismo, sobretudo, relacionando aos museus e galeria de arte. Também se tem como objetivo principal realizar o monitoramento de ações de políticas públicas relacionadas ao programa Cuiabá 300 anos, bem como alinhar a isso diversas fontes de acompanhamento para realizar a análise. Desta forma, elegem-se fontes oficiais/institucionais, como a Prefeitura Municipal de Cuiabá, por meio de análise de documentos estratégicos, jurídicos e orçamentários, bem como também as fontes jornalísticas, por meio da seleção de sites locais e de matérias correlatas a temática em questão.

A escolha dessas fontes se deve ao fato de se acreditar na importância das políticas públicas para o desenvolvimento social de forma integrada entre as áreas infraestruturais, econômicas e sociais. Acredita-se ainda ser um dos papéis da Universidade, por meio de seus pesquisadores, atuar como mediador entre poder público e sociedade, buscando apresentar dados, informações e análises que fomentem e possibilitem o cidadão a propor, a atuar em instâncias conselhistas, a cobrar e a fiscalizar os gestores públicos na execução de políticas públicas. De igual maneira, crê-se que o papel social da mídia, dentre outros, também atuar nessa mediação. Por conta disso, opta-se aqui em trazer também dados divulgados na mídia online local.

Nesse sentido, toma-se por base a conformação do sistema cultural proposta por Rubim (2009, p.16):

Para uma configuração didática deste sistema, podem ser anotados os seguintes momentos, todos eles imprescindíveis ao movimento cultural:

- 1) Criação, inovação e invenção;
- 2) Difusão, divulgação e transmissão;
- 3) Circulação, cooperação, intercâmbios, trocas;
- 4) Análise, crítica, estudo, investigação, reflexão, pesquisa;
- 5) Fruição, consumo e públicos;
- 6) Conservação e preservação;
- 7) Organização, gestão, legislação e produção da cultura

Dessa maneira, ao governo, em diferentes níveis, pode-se atribuir o momento descrito no item sete, que é o de “organização, gestão, legislação e produção da cultura”. A mídia volta-se à “difusão, divulgação e transmissão”. As Universidades e aos seus pesquisadores, dentro desse esquema do sistema cultural, voltam-se prioritariamente a “análise, crítica, estudo, investigação, reflexão e pesquisa”. Vale

destacar ainda que os atores sociais podem exercer mais de uma função no sistema cultural. Acredita-se ainda que tanto a Universidade como a Mídia podem contribuir para a organização, gestão, legislação e produção da cultura, que dará base para a etapa da fruição, consumo e públicos. Complementando-se esse pensamento, salienta-se que

Todos esses momentos do sistema cultural devem ser analisados e articulados em políticas culturais que o compreendam em sua totalidade, desigual e combinada, e formulem propostas para cada um desses momentos e para o conjunto do sistema cultural. As políticas culturais emergem, nesta perspectiva, como conjunto de formulações e práticas que buscam pensar e efetivar o sistema cultural como totalidade integrada (RUBIM, 2009, p. 16).

Tão importante como destacar esses momentos do sistema cultura, é compreender o que se considera como “políticas públicas” e sua importância nas análises que serão feitas neste estudo. Considera-se que “democracias estáveis, o que o governo faz ou não faz é passível de ser formulado cientificamente e, principalmente, analisado por pesquisadores” (SANTOS, 2015, p.85; SOUZA, 2007). Portanto, a visão de políticas públicas que se usa neste artigo é

além de uma forma de gestão pública, o conceito é também um processo de formulação de políticas no qual os governos traduzem seus propósitos em programas e ações, que produzem resultados ou as mudanças desejadas. Nesse contexto, o diálogo com a sociedade e com os diferentes grupos de pressão pode e deve ocorrer na elaboração e no acompanhamento das ações. (SANTOS, 2015, p.85).

Por conseguinte, as políticas públicas se desdobram em planos, programas, projetos, entre outras formas, sendo essas ações colocadas em prática, monitoradas, acompanhadas e avaliadas (SANTOS, 2015). Ademais, políticas públicas são uma construção conjunta entre poder público e sociedade civil, em suas mais diferentes etapas. Seguindo essa linha de pensamento, concorda-se com Amorim et. al (2018), que considera

Políticas públicas são ações sob responsabilidade do Estado, decorrentes de garantias constitucionais e que ultrapassam ações de governos específicos. Sua oferta e qualidade devem ser fiscalizadas e cobradas pelos cidadãos e cidadãs. A mídia, sobretudo, em sociedades democráticas, deve desempenhar papel decisivo nesse acompanhamento, por isso suas ações devem ser observadas com cuidado. (AMORIM et. al., 2018, p. 1-2).

Com base nessa visão, ressalta-se ainda que a mídia, ao atuar como mediadora entre governo e sociedade civil, por meio da divulgação de notícias sobre políticas públicas, pode se destacar

- a. Contribuindo para o agendamento dos temas prioritários para o desenvolvimento humano;
- b. Atuando como instituição central no sistema de freios-e-contrapesos dos regimes democráticos, colaborando para que os governos (mas também o setor privado e a sociedade civil) sejam mais

responsivos (“accountable”) na formulação, execução, monitoramento e avaliação das políticas públicas;

c. Informando, de maneira contextualizada, os cidadãos e as cidadãs de tal forma que estes possam participar mais ativamente da vida política, fiscalizando e cobrando a promoção de todos os direitos humanos. (CANELA, 2008, p.11-12)

Observa-se que cobertura jornalística local em ambiente digital não cumpre todo o potencial papel que possui no agendamento das políticas públicas e tampouco atua como mediador ou “instituição central” para fomentar a responsividade (ou *accountability*) do governo municipal, ou seja, na prestação de contas das ações de políticas culturais e turísticas. Assim, “os meios de comunicação atuariam como elementos de manutenção de uma ordem estabelecida, na qual apenas as chamadas ‘anomalias’ devem ser informadas” (AMORIM et. al., 2018, p.05). Apesar disso, essa fonte serve como complemento de informações para se realizar a análise proposta neste trabalho.

As questões centrais deste artigo são: qual a concepção de turismo está intrínseca no programa Cuiabá 300 Anos? Como esse conceito se traduz em ações? Acredita-se na dimensão econômica tanto da cultura como do turismo, porém, é preciso aliar essa dimensão às outras, tais como: simbólicas, cidadã e, também, pensar no desenvolvimento sustentável.

Portanto, considerando essas visões e conceitos, bem como o cenário apresentado no início do artigo, passa-se a delimitar e descrever mais detalhadamente os objetos de análise, para extrair dados do “programa-slogan” Cuiabá 300 Anos.

3 TURISMO E CULTURA NAS POLÍTICAS PÚBLICAS MUNICIPAIS

Neste artigo, utiliza-se o conceito de turismo estabelecido pela Organização Mundial do Turismo (OMT), considerando “as atividades que as pessoas realizam durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras” (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO, 2001).

Cuiabá, tradicionalmente, não é conhecida como uma capital turística, considerando-se as condições geográficas e climáticas. Afinal, está na região central do país e não possui atrativos de cidades litorâneas. Porém, a capital mato-grossense é entrada para vários destinos turísticos, como: Chapada dos Guimarães (68,4 quilômetros distante de Cuiabá), Nobres (121,9 quilômetros de Cuiabá), Pantanal (considerando a cidade de Poconé como entrada, assim, está a 114 quilômetros de distância da capital), entre outras localidades conhecidas pelo turismo de aventura e ecoturismo.

Pode-se considerar que na região turística metropolitana da capital de Mato Grosso, o potencial é, principalmente, dos seguintes segmentos: turismo de pesca, turismo de negócios e eventos, turismo cultural. Em localidades próximas a Cuiabá, como Chapada dos Guimarães, Nobres e Jaciara (129,8 quilômetros distante de Cuiabá), identifica-se o potencial do ecoturismo e do turismo de aventura.

O potencial a que se refere acima foi destacado pelo Índice de Competitividade do Turismo Nacional (BRASIL, 2015, p.11), ao dizer que um dos diferenciais de Cuiabá é a proximidade com o Pantanal e a Chapada dos Guimarães. Sedar a Copa do Mundo também foi considerado um diferencial.

- Vários entrevistados apontaram que a Copa do Mundo FIFA de Futebol contribuiu com a visibilidade do destino, assim como a melhoria da estrutura turística da cidade;
- A cidade possui aspectos culturais ricos, tais como manifestações folclóricas e religiosas, artesanato e culinária tradicional, que podem se configurar em elementos que podem enriquecer a experiência turística (BRASIL, 2015, p.11).

Importante salientar que os governos municipais enfatizaram em seus Planos Estratégicos principalmente dois pontos: Pantanal (CUIABÁ, 2013) e a Copa do Mundo (CUIABÁ, 2012; CUIABÁ, 2013). O último diferencial citado acima foi mais referenciado pelo Plano da gestão Emanuel Pinheiro (CUIABÁ, 2017). Por outro lado, alguns dos atrativos turísticos elencados como potenciais no Índice de Competitividade do Turismo Nacional (BRASIL, 2015) não integraram o Plano de 2017. Dentre eles estão:

- Existência de atrativos naturais, dentre os principais o Parque Estadual Mãe Bonifácia, o Rio Cuiabá e o Lago do Manso;
- Evidência de conservação ambiental no entorno do principal atrativo natural indicado – Parque Estadual Mãe Bonifácia, além de estrutura de apoio, como sinalização indicativa e interpretativa, banheiros e espaços para pequenas exposições;
- Presença de atrativos culturais, dos quais foram indicados como principais: o Sesc Arsenal, a comunidade de São Gonçalo da Beira Rio e o Morro da Caixa D'Água;
- Estrutura física do principal atrativo cultural, o Sesc Arsenal, que conta com um prédio bem conservado, restaurante e lanchonete, banheiros, etc. Às quintas-feiras, o local abriga um tradicional evento, conhecido como “bulixo”, onde há barracas de comidas típicas, música ao vivo e exposição de artesanato;
- Existência de atrativos de realizações técnicas, científicas ou artísticas que atraem visitantes ao longo de todo o ano com interesse específico, independentemente de uma data especial no calendário de eventos, com destaque para a Universidade Federal do Mato Grosso - UFMT, principal atrativo indicado nesta categoria (BRASIL, 2015, p.23).

A relação com rio Cuiabá foi mais abordada no Plano de 2013, por conta da Copa, mas também há ações relacionadas a ele no Plano de 2017, pois se trata de continuidade das obras e iniciativas assumidas na gestão de Mendes. Importante reforçar ainda que uma das principais estruturas voltadas para o turismo que foi elogiada, o Sesc Arsenal, trata-se de um espaço cultural de iniciativa do Sistema S, administrada pelo Sesc de Mato Grosso.

Salienta-se ainda que esse levantamento de 2015 destaca Cuiabá, principalmente, no segmento de turismo de negócios e eventos (BRASIL, 2015, p.12), apesar de elencar outros aspectos como importantes para o fomento do turismo na capital mato-grossense.

A partir desse panorama breve, pretende-se mostrar nesta seção como o poder público municipal vem trabalhando com a concepção de turismo. Como foi anteriormente apresentando, compreende-se que as gestões municipais dos ex-prefeitos Chico Galindo, Mauro Mendes e o atual prefeito Emanuel Pinheiro vem se utilizando da

ideia de turismo voltando-se a acontecimentos específicos (Copa 2014 e tricentenário da capital). Com base nesses “motivadores”, buscam realizar ações para que criem potenciais turísticos na capital mato-grossense (CUIABÁ, 2013).

Defende-se que tanto o turismo como a cultura, assim como quaisquer áreas sociais e outras, devem se enxergadas pela perspectiva das políticas públicas, ou seja, sendo necessárias ações de continuidade que ultrapassem gestões governamentais e que sejam construídas de modo conjunto com a diversidade de atores sociais. É inegável que aproveitar o possível potencial turístico de uma cidade é importante. Porém, o que se questiona é se as ações são esporádicas e especificamente ligadas a acontecimentos comemorativos ou se, de fato, busca-se fomentar tal potencial, de modo contínuo, bem como se baseando em conceitos como desenvolvimento sustentável, diversidade das expressões culturais e turismo social. Tendo isto em vista, realiza-se a análise dos planos estratégicos.

Entende-se como desenvolvimento sustentável a partir de quatro eixos: sustentabilidade ambiental, econômica, sociopolítica e cultural. Ademais, considera-se o que institui a Carta Magna de 1988, no artigo 255º: “Todos têm o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.”

Já diversidade das expressões culturais ou diversidade cultural, segundo Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), pode ser vista a partir de três eixos: enquanto patrimônio da humanidade; pluralismo cultural e fator de desenvolvimento humano (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA, 2002).

"Diversidade cultural" refere-se à multiplicidade de formas pelas quais as culturas dos grupos e sociedades encontram sua expressão. Tais expressões são transmitidas entre e dentro dos grupos e sociedades. A diversidade cultural se manifesta não apenas nas variadas formas pelas quais se expressa, se enriquece e se transmite o patrimônio cultural da humanidade mediante a variedade das expressões culturais, mas também através dos diversos modos de criação, produção, difusão, distribuição e fruição das expressões culturais, quaisquer que sejam os meios e tecnologias empregados (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA, 2005).

Por fim, compreende-se aqui como turismo social aquele cuja políticas públicas de desenvolvimento do turismo são voltadas para inclusão social. Assim como diz no Código Mundial de Ética do Turismo, no artigo 7ª – Do direito ao turismo: “o turismo social, e nomeadamente o turismo associativo, que permite o acesso do maior número de cidadãos aos tempos livres, às viagens e às férias, deve se desenvolvido com o apoio das autoridades públicas” (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO, 1999).

É perceptível que esses conceitos se relacionam e que, portanto, a visão aqui defendida de turismo e das políticas públicas dessa área é que:

Artigo 4º - As políticas e atividades turísticas são desenvolvidas no respeito pelo patrimônio artístico, arqueológico e cultural,

competindo-lhes a sua preservação e transmissão às gerações futuras; um cuidado especial deve ser concedido à preservação e valorização dos monumentos, santuários e museus, bem como de locais históricos e arqueológicos, quando estejam em grande parte abertos à frequência turística; deve ser encorajado o acesso do público aos bens e monumentos culturais privados, no respeito pelos direitos dos seus proprietários, bem como aos edifícios religiosos, sem prejudicar as necessidades do culto.

Artigo 5º - As políticas turísticas devem ser conduzidas de tal forma que contribuam para a melhoria do nível de vida das populações das regiões visitadas e respondam às suas necessidades. A concepção urbanística e arquitetônica e o modo de exploração das estâncias e alojamentos devem visar a sua melhor integração no tecido econômico e social local. Em caso de iguais habilitações deve ser prioritariamente selecionado o emprego de mão de obra local (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO, 1999).

4 TURISMO NOS PLANOS ESTRATÉGICOS

A partir da contextualização dos dois acontecimentos considerados neste artigo, observa-se, primeiramente, que os resultados da Copa 2014 para Cuiabá estão aquém do que se projetou no Plano de 2012 e no de 2013-2023.

Para a argumentação de tal afirmativa, primeiramente, mostra-se o objetivo estratégico sete “Fomentar o turismo sustentável em Cuiabá”, no qual a meta era ampliar 100% dos atrativos turísticos até 2014. Para isso, foram propostas as seguintes iniciativas:

- 7.1.1 Formular um plano estratégico para construir destinos turísticos em Cuiabá.
- 7.1.2 Desenvolver e implementar programa de turismo específico para Copa 2014 e Olimpíadas 2016.
- 7.1.3 Divulgar Cuiabá na mídia nacional e internacional. (CUIABÁ, 2012).

Trazendo poucas iniciativas e, de certa forma, amplas, nota-se que, de fato, não há a proposição de iniciativas de políticas públicas para o turismo, considerando estas como contínuas e não restritas um acontecimento. Curioso o fato de o Plano de 2012 ser intitulado “Cuiabá 300 Anos”, mas entre as iniciativas para o fomento ao turismo não haver nenhuma fazendo menção ao tricentenário da Capital de Mato Grosso ou, ao menos, propondo ações contínuas tendo em vista a população local e, também, conceitos como turismo social, desenvolvimento sustentável e diversidade cultural. Além disso, destacam-se os seguintes pontos: “construir destinos turísticos em Cuiabá”; “programa de turismo específico para Copa de 2014”.

Com relação ao primeiro aspecto, analisa-se que a iniciativa é equivocada no sentido de “construir destinos turísticos”, pois se infere que não há destinos turísticos e/ou que se privilegia a construção em detrimento de espaços culturais e turísticos existentes, sendo que esses já poderiam ser fomentados para o desenvolvimento do turismo local. Reforça-se que os potenciais turísticos do município devem ser valorizados e fomentados. Ademais, “destinos turísticos” dá o entendimento equivocado, considerando-se que Cuiabá é o destino turístico a ser fomentado. Logo,

entende-se que as expressões poderiam ser pontos e/ou espaços turísticos, dentre outros termos.

Nota-se ainda que, de certo modo, essas iniciativas foram aproveitadas pela gestão Mendes, que as reformulou e persistiu em desenvolver algumas ações pontuais voltando-se para Copa de 2014.

Seguindo essa linha de pensamento, o Plano Estratégico de 2013-2023, de elaboração do ex-prefeito e atual candidato ao Governo do Estado nas Eleições Gerais de 2018, Mauro Mendes, também se refere, em diversos trechos, ao megaevento esportivo e ao legado supostamente resultante do evento.

O legado para a cidade serão as melhorias nos setores de acessibilidade e mobilidade urbana, turismo, cultura, saúde pública, transporte coletivo, atração de novos empreendedores, qualificação e oportunidades de acesso ao emprego, além de inserir Cuiabá no cenário internacional (CUIABÁ, 2013).

O título do Plano deixa de ser “Cuiabá 300 Anos” e passa a ser denominado – e enfatizando em texto de abertura e outros locais – como “Capital do Pantanal e do Agronegócio”. Destaca-se ainda que esses títulos atribuídos à Cuiabá integram a visão da identidade organizacional desse Plano Estratégico. A ideia central é “transformar Cuiabá na **Capital do Pantanal** e do **Agronegócio**” (CUIABÁ, 2013, p.41, grifos do autor).

Diferente da gestão anterior, que separou cultura e turismo, no Plano Estratégico elaborado pela gestão Mendes essas áreas estão juntas como: “fortalecer o turismo e a cultura cuiabana”, assim como se vê no atual Plano Estratégico, da gestão Pinheiro. Naquele Plano, ressalta-se ainda que “é fundamental garantir o desenvolvimento urbano de forma sustentável e criar um ambiente de oportunidades de negócios para geração de emprego e renda, bem como fortalecer o turismo e a cultura cuiabana” (CUIABÁ, 2013). Diz ainda o documento:

Para isso, projetamos uma **cidade sustentável** com investimento em projetos que **transformem** Cuiabá em uma cidade atrativa para o desenvolvimento de negócios, em especial de serviços e comércios voltados para o agronegócio, e espaços de lazer para se viver melhor. A requalificação da orla do Rio Cuiabá – Projeto Porto Cuiabá resgata a relação histórica dos cuiabanos com o Rio Cuiabá. Outros, como o Parque das Águas, Jardim Botânico de Cuiabá (Horto Florestal), Revitalização do Centro Histórico e Parque Tia Nair também serão marcos estratégicos para promover o ambiente urbano, a ponto de atrair visitação turística durante a Copa do Mundo de 2014 e em dezenas de outros eventos que serão realizados anualmente (CUIABÁ, 2013, p.9, grifo meu).

Nesse Plano, enfatiza-se o verbo “transformar” em detrimento de valorizar o potencial da capital mato-grossense. Novamente, observa-se a ênfase no agronegócio. Destaca-se ainda as ações citadas no trecho extraído da mensagem do Prefeito, sobretudo o primeiro ponto elencado. Falou-se em “requalificação” com intuito de “resgatar a relação histórica dos cuiabanos com o Rio Cuiabá”. Dentro desse contexto, esse termo pode ser entendido no sentido de renovação do espaço urbano citado. Ou seja, ocorreu uma intervenção sobre a orla do Rio Cuiabá, localizada no bairro Porto,

ocorrendo a substituição parcial ou total do patrimônio urbanístico e imobiliário, bem como a inclusão de outros elementos que não faziam referência a “relação histórica dos cuiabanos (e nem dos moradores do bairro) com o Rio Cuiabá”.

Anunciado no início do mandato de Mendes, em 2013, esse projeto Porto Cuiabá foi entregue parcialmente no último ano de sua gestão, em 2016. A inauguração da Orla do Porto foi realizada no dia 22 de dezembro de 2016 (ANDREOLA, 2016). De 2013 a 2016, algumas notícias divulgadas pela mídia local questionavam os atrasos na entrega da obra (ANJOS, 2015; FREDERICCI, 2016), bem como os moradores reclamavam pela ausência de diálogo com poder público local (FREDERICCI, 2016). Destaca-se ainda a seguinte opinião do arquiteto e urbanista, Eduardo Chiletto, que à época era conselheiro do Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil (CAU) e, entre 2015 e 2016 foi Secretário de Estado de Cidades de Mato Grosso:

Como cidadão mato-grossense, arquiteto e urbanista estou profundamente preocupado com nossa cidade e os rumos e descaminhos que a atual gestão municipal vem tomando em relação à urbanização, à paisagem urbana e às questões ambientais [...] As obras de infraestrutura para “preparar nossa cidade para a Copa”, vem paulatinamente destruindo, extirpando e dizimando nossas áreas verdes e mais recentemente com um “projeto” de ocupação da beira do nosso querido Rio Cuiabá e o desmatamento da sua mata ciliar para ocupação especulativa. E o pior de tudo, com aval da secretaria que cuida do meio ambiente... Este projeto da Orla do Porto feito e apresentado à população pela Prefeitura Municipal de Cuiabá em “audiência pública” é uma ação predatória de uma prefeitura que ignora a importância histórica do Rio Cuiabá, do Porto e suas margens. Que ignora a população de um dos bairros mais antigos de Cuiabá e suas tradicionais famílias. Que ignora uma “Cuiabá garimpo” de Manuel de Barros, do Beco da Marinha onde nasceu, e que com o passar dos 294 anos se tornou uma Cuiabá metropolitana de todos nós... Este projeto não possui utilidade pública ou de interesse dos moradores do bairro do Porto. Invade em mais de 14.000,00 m² a área de preservação permanente (APP) do Rio Cuiabá, onde se encontra grande variedade de fauna e flora, como por exemplo, os sinimbus que lá habitam e que serão expulsos do local por interferência antrópica. Esta prefeitura se faz carente em suas ações quando privilegia neste histórico bairro do Porto a obra física em detrimento da obra simbólica, quando privilegia o automóvel em detrimento do pedestre, quando privilegia a via carroçável em detrimento do passeio público (CHILETTO, 2013, s/p).

Além desses pontos elencados por Chiletto, ressalta-se ainda que tal obra foi anunciada como um dos projetos para “transformar Cuiabá a ponto de atrair visitação turística durante a Copa do Mundo de 2014”. No entanto, como foi mostrado acima, Orla do Porto, que contou com R\$ 10 milhões do Ministério do Turismo (ANJOS, 2015), teve sua primeira etapa entregue dois anos após o megaevento esportivo de 2014. A segunda parte do Projeto Porto Cuiabá teve várias obras anunciadas pelo atual prefeito, Emanuel Pinheiro. Outro projeto anunciado por Mendes, como voltado para Copa de 2014, foi o Parque das Águas, que foi previsto desde 2013, porém entregue parcialmente em 30 de dezembro de 2016.

Ainda no que diz respeito a essas duas obras, em 2015, o Índice de Competitividade do Turismo Nacional (BRASIL, 2015, p.12) apontou como desafio “a necessidade de melhoria da conservação urbana, bem como de estruturação de espaços turísticos que se configurem em áreas de lazer também para os munícipes – tais como a revitalização do Porto Cuiabá e a criação do Parque das Águas, citados pelo Prefeito”. Também se elencou como desafio outros pontos relacionados às obras inacabadas, como o de Infraestrutura geral.

O fato de a conservação urbana no entorno das áreas turísticas estar deficiente, na visão de grande parte dos entrevistados: muitos afirmaram que obras iniciadas (e não concluídas) para a Copa do Mundo acabaram, em alguns casos, prejudicando a mobilidade urbana e a aparência da cidade. (BRASIL, 2015, p.16).

Ademais, no Plano de 2013-2023 também se enfatiza o turismo como oportunidade, seguindo o que foi iniciado no primeiro plano. Destacando o chamado “turismo de evento”.

Outra oportunidade da Capital Mato-grossense é a localização geográfica privilegiada, sendo Centro Geodésico da América do Sul, além da proximidade do Pantanal, Amazônia, Araguaia e Chapada dos Guimarães. São aspectos positivos que potencializam vantagens competitivas para o turismo de eventos, aliados com a hospitalidade singular da população cuiabana (CUIABÁ, 2013).

No que diz respeito ao objetivo estratégico “Fortalecer o turismo e cultura cuiabana”, o Plano da gestão Mendes previu a meta de ampliar de 88 mil para 200 mil a demanda turística até 2023 (CUIABÁ, 2013). Há que se destacar a inexistência, até o momento, de estudos de avaliação de impacto ou outros tipos de monitoramento realizados pela Prefeitura Municipal, nas três gestões, para mensurar essa e outras metas. Tal fato foi ressaltado como um desafio no Índice de Competitividade do Turismo Nacional (BRASIL, 2015). Ademais, destacam-se ainda as seguintes iniciativas

Objetivo 7: Fortalecer o turismo e a cultura cuiabana

[...]

Iniciativas

1. Implantar o Projeto Porto Cuiabá
2. Implantar o Plano de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável (PDITS)
3. Requalificar o do Centro Histórico de Cuiabá – PAC Cidades Históricas
4. Executar Agenda Turismo e Cultura para copa de 2014 e Olimpíadas de 2016
5. Desenvolver Inventário Turístico e estudo quinquenal de Demanda Turística com parciais anuais a partir de 2014
6. Desenvolver projetos e ações de acordo com Editais do Mtur
7. Reativar os CAT's da Rodoviária e do Aeroporto Junto à SEDTUR.
8. Implantar o City tour de Cuiabá
9. Ampliar e aperfeiçoar a sinalização turística e a acessibilidade nos principais atrativos turísticos

10. Implantar projeto de Preservação dos Museus: Morro da Caixa D'Água Velha, Arte Sacra, Espaço Silva Freire
11. Promover o Artesanato Brasileiro nas cidades-sedes
12. Realizar a reestruturação Organizacional da SMTUR
13. Estabelecer parcerias na área de turismo, para promoção de reuniões, oficinas, seminários, workshops e eventos.
14. Implantar e fortalecer o Turismo de Base Comunitária.
15. Disponibilizar mecanismos para capacitação de mão de-obra turística.
16. Divulgar Cuiabá na mídia nacional e Internacional com parceria da PMC-SECOM municipal / SECOPA
17. Criar a Delegacia do Turismo (CUIABÁ, 2013).

Observa-se que o Plano da gestão Mendes foi o que mais propôs iniciativas para o objetivo estratégico relacionado ao turismo. E ainda que há outro objetivo estratégico que se volta também para as iniciativas culturais. Boa parte dos itens elencados acima estavam diretamente relacionados à Copa de 2014. Ademais, algumas das iniciativas foram entregues após o Mundial de Futebol ou nem foram entregues na gestão Mendes. Assim, a gestão atual incorporou alguns itens (como os: um, dois, três e oito). Cabe ainda analisar que esse foi o único Plano que conteve iniciativas sobre Museus (item 10). Na meta dois do objetivo estratégico sete, a gestão Mendes ainda elencou a necessidade de “restaurar a Biblioteca Manoel Proença, Banda, Coral Municipal arte sacra, Museu da caixa d’água Velha e espaço Silva Freire”. Ou seja, apontou dois equipamentos culturais, sendo um museu e um centro cultural.

Salienta-se que até início do ano de 2018, os dois dos três museus municipais estavam fechados e também o centro cultural Espaço Silva Freire (O LIVRE, 2018), sendo que na gestão de Mendes, em 2014, o então vereador (e atualmente deputado estadual) Allan Kardec (PT) cobrou a revitalização desse centro cultural (SABINO, 2014); assim como, em 2015, o vereador Adevair Cabral (PT) buscou respostas junto ao poder público municipal sobre reformas desse espaço (PEREIRA, 2015). Por vezes, o Silva Freire funcionou por meio de ações de artistas e da comunidade. Na gestão Pinheiro, alguns eventos foram realizados no Espaço a partir de abril de 2018. Em junho de 2018, o MISC foi reaberto.

De acordo com o Índice de Competitividade do Turismo Nacional (BRASIL, 2015, p.18), um dos desafios identificados foi a ausência de um serviço de transporte turístico, algo que se relaciona com a iniciativa oito do Plano Estratégico (CUIABÁ, 2013). Assim, o estudo aponta que há

inexistência de linha regular de transporte turístico (ônibus ou similar) que interligue os principais atrativos do destino: segundo informado em campo [do formulário aplicado junto à Prefeitura], houve uma licitação para implantação de um ônibus turístico, porém o veículo adquirido não atendia as especificações exigidas (veículo antigo, sem adaptação) e não chegou a operar (BRASIL, 2015, p.18)

No que diz respeito à iniciativa sete, o estudo (BRASIL, 2015, p.20) indicou a “existência de três Centro de Atendimento ao Turista no destino – no Museu do Rio (antigo mercado), na rodoviária e na Praça Rachid Jaudy, com funcionários capacitados para o atendimento em idioma estrangeiro”.

Assim como Plano Estratégico de 2013-2023, no atual (CUIABÁ, 2017), assim como no Plano Plurianual 2018 e outros documentos orçamentários deste ano, consta o “Fortalecimento do turismo e cultura cuiabana”. Ou seja, a gestão do prefeito Emanuel Pinheiro alinha à cultura ao turismo, assim como ocorre no órgão gestor de cultura, que agrega as pastas de cultura, turismo e esporte. Observa-se também que aspectos culturais são enfatizados no Plano Estratégicos, porém não se fala diretamente em turismo ou potencial turístico.

O maior desafio para a Cuiabá dos 300 anos é o de proporcionar aos cidadãos cuiabanos um atendimento digno e respeitoso em todas as áreas e serviços de responsabilidade da Prefeitura, na direção de sua humanização. Assim, propomos essa Agenda Estratégica para **resgatar a sua identidade histórico-cultural** de uma Cuiabá tricentenária, que eleve a autoestima das pessoas, da sociedade, reavivando o orgulho de **ser cuiabano** – de quem escolheu para viver na capital mais calorosa do território nacional. Dessa forma, inúmeras obras estruturantes, estratégicas e impactantes estão previstas para a Capital, nesse momento tricentenário, a despeito da crise atual, que assola nosso País, como a reestruturação do Mercado do Porto e do Mercado Municipal, implantação de novos parques florestais, reestruturação do Horto Florestal, trincheira no cruzamento entre a avenida Itália e a avenida das Torres, viaduto na avenida Beira Rio, próximo à ponte Sérgio Mota, e torre com restaurante giratório com vistas para toda a Capital, no Morro da Luz. Por fim, a maior obra será o Contorno Leste, com 18 quilômetros de extensão, ligando o Coxipó à Rodovia Emanuel Pinheiro (MT-251) e beneficiando diretamente a 21 bairros, entre outras. (CUIABÁ, 2017, p.07, grifos meu)

Nota-se no trecho acima, retirado da mensagem do prefeito Emanuel Pinheiro no Plano Estratégico 2017-2023, um reforço em cultura local, sobretudo, vinculada a uma ideia de pertencimento vinculado à identidade local. Afinal, Cuiabá 300 anos é um motivador, assim como foi a Copa 2014. Nesse sentido, é possível o referido Plano aponta Cuiabá 300 Anos como “oportunidade”, bem como a “requalificação de pontos turísticos” (CUIABÁ, 2017, p. 25). Assim como no plano anterior, turismo e cultura estão juntos no objetivo sete “Fortalecer o turismo e a cultura cuiabana”.

Diferente dos planos estratégicos anteriores, no de 2017 vemos iniciativas voltadas para ações contínuas, caracterizando, de fato, políticas públicas. Na meta um, as iniciativas são: “Implementar a Política Municipal de Turismo”, “Promover eventos turísticos”, “Implementar ações de melhoria da infraestrutura dos equipamentos turísticos do município” e “Implantar marketing turístico para o município”. Já a meta dois se relaciona ao impacto econômico que o turismo pode gerar. Dentre as iniciativas previstas estão: “Ampliar a atividade econômica da cadeia produtiva do município”, “Incrementar a mão de obra do setor turístico do município” e “Implantar encontro de produtores regionais”.

Salienta-se ainda que há ações/iniciativas relacionadas ao turismo e à cultura que foram elencados no objetivo quatro “Garantir o desenvolvimento rural e urbano de forma sustentável”, no qual foram enumeradas ações do programa Cuiabá 300 Anos. De acordo com esse objetivo, pretende-se implantar 40 projetos em comemoração ao tricentenário da Capital. Serão citados a seguir apenas aqueles que mais se relacionam com turismo e cultura.

Construir a Cidade das Artes Cuiabá 300 Anos
Requalificar o Morro da Luz em Cuiabá
Requalificar o Mercado Municipal
Construir o marco São Gonçalo Beira Rio Cuiabá 300 Anos
Reformar o Marco do Centro Geodésico da América do Sul
Requalificar o Museu Dutrinha
Construir a Orla esquerda do Porto
Construir o cais do Porto
Revitalizar o Mercado do Porto
Implantar o Projeto Bus Tour
Implantar o Projeto Relógios Cuiabá 300 Anos
Divulgar o tema Cuiabá 300 Anos em revistas nacionais
Criar o aplicativo Cuiabá 300 anos
Elaborar o calendário Cuiabá 300 Anos
Implantar Time Square Alencastro (CUIABÁ, 2017).

Observa-se que algumas das ações dão continuidade a projetos já iniciados na gestão de Mauro Mendes. Por outro lado, o prefeito Emanuel Pinheiro, desde o início de sua administração, divulga inúmeros projetos considerados ousados e, alguns até, criticados. Ressaltando-se que tais projetos foram anunciados como em comemoração aos 300 anos, logo, em tese, devem ser entregues até 08 de abril de 2019. Um desses projetos “ousados” é a Time Square Alencastro, que seria inspirada (como o nome diz) na Time Square de Nova Iorque.

Times Square Cuiabana – Ideia copiada da Times Square Paulistana que já é uma réplica da Times Square de Nova York (EUA), consiste em revitalizar o centro da cidade tendo como o ponto de partida a Praça Alencastro. A prefeitura já encaminhou para a Câmara de Vereadores a anistia para estabelecimentos de ensino que ofertarem cursos no período noturno. A ideia é revitalizar o centro por meio da Educação e para dar o “ar” da avenida nova iorquina telões de LED serão instalados (ANJOS, 2017).

Outra ação que gerou polêmica foi o Bus Tour, dividindo opiniões na mídia local e entre os internautas nas redes sociais sobre a relevância dos atrativos turísticos listados no tour.

A prefeitura de Cuiabá lançou o 'Bus Tour' para percorrer 33 pontos da Cidade, uma ação que está inserida nos eventos de preparação, divulgação e comemoração dos 300 anos da Capital, a serem celebrados em 2019. Acontece que o itinerário do tal city tour traz alguns locais bastante questionáveis, uma verdadeira piada pronta. Dentre eles, hotéis, praças sem infraestrutura e empreendimentos ou monumentos (sic) usados como “ponto de referência” por moradores, a exemplo do relógio situado na Avenida Mato Grosso, mas sem qualquer apelo do ponto de vista turístico/cultural. Outro local, com direito a embarque e desembarque é o Shopping Estação Cuiabá. O detalhe é que trata-se (sic) de um empreendimento que ainda está em obras, sem previsão de ser inaugurado. E mais: está localizado numa movimentada avenida que, por enquanto, sequer tem local para estacionar e “contemplar” os trabalhadores em ação na construção do

shopping. Para quem se empolgou com o passeio e quer dar uma voltinha no Bus tour, só precisa desembolsar R\$ 25. Para a Prefeitura a aquisição do transporte será um ganho para o turismo local, "tendo em vista que Cuiabá tem belos cartões postais que precisam ser explorados, com um novo olhar sobre a cidade para quem optar pelo passeio" (GAZETA DIGITAL, 2018).

O passeio inaugural foi realizado no dia 20 de abril, com a imprensa local e convidados. Segundo a Assessoria de Imprensa da Prefeitura de Cuiabá, os passeios para público começaram no dia 28 de abril de 2018 (BARBOSA, 2018).

De acordo com prefeito Emanuel Pinheiro o novo instrumento para uso turístico irá potencializar os atrativos naturais e históricos e ainda mostrar a evolução de três séculos, consolidando a Cuiabá do futuro. "Cada passo que damos para fortalecer o turismo é motivo de regozijar. O BusTour vai fomentar realizações, outros acontecimentos e outras ações para que ele possa ser a consolidação da mola propulsora do nosso turismo. Também quero aproveitar o momento para dizer que pretendo criar uma Secretaria exclusiva para o turismo, dando o status para o turismo dos 300 anos", afirmou o prefeito (BARBOSA, 2018).

Dentre as iniciativas elencadas especificamente para Cuiabá 300 Anos e o turismo, dois projetos mais esperados pela população local é requalificar o Morro da Luz em Cuiabá e revitalizar o Mercado do Porto. No primeiro caso, é importante ressaltar que já era previsto pela gestão anterior. Ademais, o chamado Morro da Luz ganhou os holofotes da mídia em 2017, por conta da demolição da chamada "Ilha da Banana", um conjunto de imóveis abandonados que abrigava grupos de pessoas em situação de rua e dependentes químicos.

Em 11 de junho de 2017, o governo estadual, por meio da Secretaria de Estado de Cidades, demoliu 11 dos 15 imóveis da Ilha da Banana. Muitas das pessoas que moravam nessa localidade migraram para o Morro da Luz, que fica praticamente em frente a Ilha da Banana. Desde esse período, os moradores do entorno, que morram na frente do Morro, passaram a relatar casos de assaltos, bem como algumas das pessoas em situação de rua estaria "usando o local para sexo e consumo de drogas, transformando o que seria um local de lazer em uma espécie de 'cracolândia'" (CASTRO, 2017). No dia 29 de julho, uma organização não governamental, Teoria Verde, fez uma ação de limpeza no Morro da Luz, juntamente com a prefeitura.

Considerado o "Coração Verde" da cidade, o local está incluso no conjunto de ações do Município, que serão desenvolvidas na Capital em comemoração aos 300 anos. A ideia da Prefeitura é que o espaço seja completamente requalificado, recebendo uma série de intervenções que o devolverá para a população como uma das principais áreas de visitação de Cuiabá. Para isso, conforme explicou, aos voluntários, a assessora estratégica Silvana Córdova, a Secretaria Extraordinária dos 300 Anos já trabalha na construção de parcerias que permitirão colocar o projeto em prática. "É um projeto que contempla a arborização, iluminação, segurança e criação de espaços de convivência. O Morro da Luz também será um dos pontos do projeto "Caminho das Igrejas", receberá a construção da Torre dos

300 anos, terá um restaurante giratório e um mirante. Tudo isso será feito seguindo a mesma metodologia que estamos adotando em outras edificações, que é buscar o apoio da iniciativa privada, gerando o mínimo de custo possível ao Município. Acreditamos que, com essas medidas, a população irá perder o receio de frequentar esse espaço, que é lindo”, argumentou Silvana. (VICENTE, 2018)

Como se vê, na fala da assessoria estratégica da Secretaria Extraordinária Cuiabá 300 Anos, o projeto de requalificação do Morro da Luz é ousado. Afinal, pretende abrigar várias ações: Caminho das Igrejas, construção de Torre com restaurante giratório e ainda um mirante. Dificilmente, tal requalificação sairá até os 300 anos. Ademais, pouco se fala (novamente) na questão das pessoas em situação de rua, que ainda, em grande parte, estão morando no local. Serão novamente “despejados”?

Já revitalização do Mercado do Porto também é esperada, pois esse local tradicional do bairro Porto, é fonte de geração de emprego e renda de diversas famílias da região, que vendem produtos alimentícios no Mercado. Porém, como destacou a jornalista Camila Zeni, do O Livre, “o local, que é fonte de sustento para inúmeras famílias, sofre com o descaso” (ZENI, 2018). Em julho de 2018, o projeto, bem como outros da região do Porto, foram apresentados para o ministro do Turismo Vinícius Lummertz.

Com o projeto, o mercado será ampliado em quase 3 mil metros quadrados, que serão transformados em um complexo turístico-comercial. A ideia é tornar o Mercado em referência nacional de compras e passeio. Ao todo, a obra deverá ter o custo de R\$ 14,1 milhões e tem o prazo de 12 meses para ser entregue. O valor é contemplado por recursos do Ministério do Turismo, Governo do Estado, emendas da bancada federal e da própria prefeitura (ZENI, 2018).

Tanto a segunda etapa da Orla, localizada na região do Shopping Popular, como o Cais do Porto, que contará com um espaço cultural no qual duas salas se tornarão palco para exposições e apresentações, têm prazo de seis meses para serem entregues, a partir do início da construção, e deverão custar R\$7 milhões cada (ZENI, 2018).

Um dos projetos já entregues foi o Projeto Relógios Cuiabá 300 Anos, que teve seu primeiro Relógio inaugurado na avenida Mato Grosso no dia 06 de agosto de 2018. A ação foi em parceria com a iniciativa privada, por meio do investimento do supermercado Fort Atacadista, custando R\$700 mil (SANTANA, 2018). Mas ainda está prevista a implantação de outros relógios em outros pontos da Capital.

Apesar de algumas obras entregues, como o Relógio, o programa Cuiabá 300 Anos de Pinheiro também vem sendo alvo de críticas por parte de imprensa local. Afinal, listaram-se aqui apenas as principais ações relacionadas ao turismo que constavam no Plano Estratégico.

No entanto, na divulgação da Prefeitura sobre Cuiabá 300 Anos para mídia local constam vários outros projetos, como: Museu de Cera, Cow Parade (MERCURI, 2018) e se falou até em contratação do artista plástico Romero Britto para propor arte dos 300 anos da Capital. O prefeito Emanuel Pinheiro em viagem aos Estados Unidos em 2017 esteve em Miami e divulgou em suas redes sociais o encontro e cogitando convidá-lo para fazer arte dos 300 anos de Cuiabá. Tal possibilidade gerou total revolta

dos artistas visuais cuiabanos ou que moram na Capital, chegando, inclusive, a organizarem uma petição pública pela “#NãoRomerizaçãodeCuiabá” (MERCURI, 2017). Essa ação do prefeito não levou em conta a diversidade de talentosos e premiados artistas visuais que há em Cuiabá, como cita abaixo a artista Ruth Albernaz para a jornalista Isabela Mercuri, do site Olhar Direto.

“A gente está exatamente pedindo que o prefeito nos esclareça qual é essa ideia dele trazer o Romero Britto pra fazer a arte dos 300 anos de Cuiabá. Nós temos grandes artistas aqui como Dalva de Barros, Gervane, Adir, todos que você conhece, e o abaixo assinado é exatamente pedindo o esclarecimento do Prefeito”, afirmou Ruth, em entrevista ao Olhar Conceito. Em um release divulgado pela assessoria da própria Prefeitura, Emanuel disse que deixou em aberto a vinda do artista pernambucano, com o objetivo tanto de criar uma obra artística exclusiva em alusão aos 300 anos, quanto para a realização de um workshop para artistas cuiabanos (MERCURI, 2017).

132

Nota-se que poucas são as ações voltadas para museus, galerias de arte e espaços culturais, assim como não se fala na manutenção e fomento dos equipamentos culturais já existentes.

Observa-se ainda que as ações de turismo amplamente divulgadas na imprensa local se voltam quase que exclusivamente para Cuiabá 300 anos, que, inclusive, tem uma secretaria própria, a Secretaria Extraordinária Cuiabá 300 Anos (Sec Cuiabá 300 Anos). E as ações da pasta do Turismo pouco são divulgadas, bem como o desenvolvimento das ações se confunde com as iniciativas da Sec Cuiabá 300 Anos, como é possível ver na fala do ex-secretário da SEC Cuiabá 300 Anos, Júnior Leite, em entrevista ao jornal Circuito Mato Grosso.

CMT: Os projetos têm focos em áreas, por exemplo, turismo, infraestrutura?

JL: O grande mote que o prefeito Emanuel Pinheiro quer deixar para a cidade é que seja uma cidade efetivamente turística. Então, vamos trabalhar com essa finalidade. A intenção é inserir Cuiabá no grande roteiro turístico de grandes eventos, seja cultural, seja esportivo, empresarial em âmbito. Uma das ações que vai ser entregue agora pela SEC 300 é o bus-tour, que já está na cidade, já foi feito todo o roteiro aprovado pelo trade turístico, pela Secretaria de Cuiabá, e a partir de 15 dias, no máximo, fazemos entrega do bus-tour, com o qual o cidadão poderá visitar mais de pontos turístico em ônibus double-decker (dois andares), com sistema em três línguas, com vista panorâmica, um ônibus com todas as características internacionais de turismo (FERNANDES, 2017).

Vale lembrar que no outro acontecimento que marcou as ações de turismo em Cuiabá, a Copa 2014, também foi criada uma secretaria exclusiva, inicialmente chamada de Agência Estadual de Execução dos Projetos da Copa (Agecopa) e depois passou a chamar Secretaria Extraordinária da Copa de 2014 (Secopa). O órgão extraordinário deixou várias obras inacabadas e, também, casos de corrupção, durante a administração do ex-governador Silval Barbosa.

Tendo esses fatos em vista, a pesquisa tem o intuito de continuar acompanhando as ações de políticas públicas do programa Cuiabá 300 Anos até o

aniversário em abril e, muito provável, até depois dessa data comemorativa, se as iniciativas propostas não tiverem sido concluídas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscou-se neste artigo apresentar, brevemente, a visão de turismo de três gestões municipais de Cuiabá, bem como identificar se ações voltadas para museus municipais. Para tanto, foram apresentadas análises de três Planos Estratégicos, sendo eles das gestões Chico Galindo (CUIABÁ, 2012), Mauro Mendes (CUIABÁ, 2013) e Emanuel Pinheiro (CUIABÁ, 2017).

Identificou-se que a potencialidade do turismo nessas gestões é despertada a partir de um acontecimento, seja a Copa 2014 ou Cuiabá 300 anos. Por vezes, ao analisar esses documentos de gestão, bem como por meio do monitoramento de notícias online, nota-se que ações de políticas públicas se confundem com projetos específicos para esses acontecimentos, tornando-se ações pontuais, e em alguns casos, sem relação com desenvolvimento sustentável, turismo social e diversidade cultural.

Nota-se a construção de “legados” não, necessariamente, para a cidade, mas para que sejam “marcas” da gestão do prefeito X ou Y. Ou seja, por mais que louváveis várias iniciativas relatadas neste artigo e feitas nas gestões de Mendes e propostas por Pinheiro, elas ainda estão em um patamar de políticas de governo, sem a escuta pública e ignorando a importância da participação social em instâncias conselhistas que deveriam construir políticas públicas. Aliás, será que esses projetos são o que a população de Cuiabá, sobretudo as do entorno dos locais turísticos, realmente querem para sua cidade?

Ademais, é necessário ressaltar ainda que todo planejamento anunciado se volta para acontecimentos, sendo que na maior parte das vezes, as obras ou as ações extrapolam tais acontecimentos e, às vezes, nem são de fato concretizadas. Uma etapa importante do ciclo de gestão de políticas públicas, a avaliação e monitoramento, parece ser também esquecida.

Nesse sentido, salienta-se a necessidade e a relevância do monitoramento feito pela mídia sobre Cuiabá 300 Anos, assim como das temáticas sociais em geral. Tal ação reforçar o papel da mídia como instituição mediadora entre governo e sociedade, contribuindo para que o poder público assuma um caráter mais responsivo e dialógico com a sociedade, bem como possibilitando a fiscalização das ações do Estado.

Acredita-se que este trabalho seja a contribuição da Academia, ao assumir o papel de mediador crítico, fomentando a reflexão crítica, fornecendo dados para o monitoramento das ações culturais e turística que devem ser feitas em todos os períodos, não só os comemorativos.

Por fim, fica ainda a questão: qual será o legado que o programa Cuiabá 300 Anos deixará para cidade? Será o mesmo que a Copa de 2014?

REFERÊNCIAS

AMORIM, Anatólia et. al. Burocráticas, acrílicas e distantes da sociedade: um olhar sobre as notícias de políticas públicas na mídia local de Uberlândia/MG. In: IJ01 – INTERCOM JÚNIOR – JORNALISMO DO XXIII CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 2018. **Anais...** 2018. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2018/resumos/R63-0529-1.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2018.

ANDREOLA, Ademar. **Prefeitura de Cuiabá inaugura da Orla do Porto nesta quinta-feira.** 2016. Disponível em: <http://www.cuiaba.mt.gov.br/imprime.php?cid=13874&sid=36>. Acesso em: 08 ago. 2018.

ANJOS, Lislaine dos. **Prefeitura promete calçadão do Porto Cuiabá para agosto.** 2015. Disponível em: <http://www.midianews.com.br/cotidiano/prefeitura-promete-calçadão-do-porto-cuiaba-para-agosto/226661>. Acesso em: 08 ago. 2018.

ANJOS, Alcione dos. **Prefeito de Cuiabá anuncia mais de R\$ 500 milhões em obras.** 2017. Disponível em: <http://www.gazetadigital.com.br/conteudo/show/secao/152/materia/516786/t/prefeito-de-cuiaba-anuncia-mais-de-r-500-milhoes-em-obras->. Acesso em: 05 ago. 2018.

BARBOSA, Alessandra. **Chegada do Bustour sinaliza uma nova era para o turismo da Capital.** 2018. Disponível em: <http://www.cuiaba.mt.gov.br/imprime.php?cid=17124&sid=36>. Acesso em: 08 ago. 2018.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. Índice de Competitividade do Turismo Nacional: Cuiabá. 2015. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/Indice_competitividade/2015/Cuiaba_RA_2015.pdf. Acesso em: 08 ago. 2018.

BRASIL. IBGE. IBGE Cidades - **Cuiabá.** s/d. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mt/cuiaba/pesquisa/38/47001?tipo=ranking>. Acesso em: 20 jul. 2018.

BRASIL. IBGE. **Perfil dos Estados e dos Municípios Brasileiros**, 2014. Disponível em: <https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/2014/default.shtm>. Acesso em: 15 jul. 2018.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Programa de Regionalização do Turismo: Metodologia.** 2018. Disponível em: http://regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=88&Itemid=271. Acesso em: 07 ago. 2018.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Mapa do Turismo no Brasil: Programa de Regionalização do Turismo.** 2017. Disponível em: <http://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>. Acesso em: 07 ago. 2018.

CANELA, Guilherme. A cobertura jornalística das políticas públicas sociais: elementos para debate. In: CANELA, Guilherme (org.) **Políticas Públicas Sociais e os desafios para o jornalismo.** ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância / Cortez Editora: São Paulo, 2008, pp. 10-30.

CASTRO, Gustavo. **Criminalidade aumenta na região do Morro da Luz.** 2017. Disponível em: <http://www.noticiamax.com.br/cidades/criminalidade-aumenta-na-regiao-do-morro-da-luz/19049>. Acesso em: 08 ago. 2018.

CHILETTO, Eduardo. **Av. BEIRA RIO: Projeto Orla do Porto (Parte 01).** 2013. Disponível em: <https://eduardochiletto.wordpress.com/2013/10/27/av-beira-rio-projeto-orla-do-porto-parte-01/>. Acesso em: 08 ago. 2018.

CUIABÁ. Mapa Turístico: roteiros de fé, cultura e sabores cuiabanos – Cuiabá: capital do Pantanal e do agronegócio, 2014. Disponível em: <http://www.cuiaba.mt.gov.br/storage/webdisco/2014/07/09/outros/a0a1b90ec7f32d4b27a9833ae2c414c2.pdf>. Acesso em: 17 jul. 2018.

CUIABÁ (Município). Lei nº 6252, de 11 de janeiro de 2018. Estima a receita e fixa a despesa do município de Cuiabá para o exercício financeiro de 2018. Lei Orçamentária Anual. Cuiabá, MT, 17 jan. 2018. n. 1281, p. 27-28. Disponível em: <http://transparencia.cuiaba.mt.gov.br/transparencia/servlet/wmcontaspublicas?LOA>. Acesso em: 20 jul. 2018.

CUIABÁ (Município). Lei nº 6248, de 21 de dezembro de 2017. Dispõe sobre o Plano Plurianual para o Quadriênio 2018-2021. Plano Plurianual 2018-2021. Cuiabá, MT: Câmara Municipal de Cuiabá.

CUIABÁ. PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ. Plano Estratégico 2012-2019: Cuiabá 300 Anos. 2012. Disponível em: <http://transparencia.cuiaba.mt.gov.br/transparencia/servlet/wmcontaspublicas?PM>. Acesso em: 20 jul. 2018.

CUIABÁ. PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ. Plano Estratégico 2013-2023: Cuiabá: Capital do Pantanal e do Agronegócio. 2013. Disponível em: <http://transparencia.cuiaba.mt.gov.br/transparencia/servlet/wmcontaspublicas?PM>. Acesso em: 20 jul. 2018.

CUIABÁ. PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ. Plano Estratégico 2017-2023. 2017. Disponível em: <http://transparencia.cuiaba.mt.gov.br/transparencia/servlet/wmcontaspublicas?PM>. Acesso em: 20 jul. 2018.

FERNANDES, Reinaldo. **"Vamos colocar Cuiabá na rota dos eventos mundiais"**, diz titular da SEC 300. 2017. Disponível em: <http://circuitomt.com.br/editorias/circuito-de-entrevistas/115369-vamos-colocar-cuiaba-na-rota-dos-eventos-internacionais.html>. Acesso em: 05 ago. 2018.

FREDERICCI, Diego. **Projeto de revitalização não tem data para sair do papel.** 2016. Disponível em: <http://circuitomt.com.br/editorias/cidades/81850-projeto-de-revitalizacao-nao-tem-data-para-sair-do-papel.html>. Acesso em: 08 ago. 2018.

GAZETA DIGITAL. **City Tour por Cuiabá tem locais 'surpreendentes'.** 2018. Disponível em: <http://www.gazetadigital.com.br/conteudo/show/secao/138/og/1/materia/538027/t/city-tour-por-cuiaba-tem-locais-surpreendentes>. Acesso em: 07 ago. 2018.

MERCURI, Isabela. **Sete meses após criação da Sec 300, 'projetos estratosféricos' ainda não saíram do papel.** 2018. Disponível em: <http://www.olhardireto.com.br/conceito/noticias/exibir.asp?id=14845-icia=sete-meses-apos-criacao-da-sec-300-projetos-estratosfericos-ainda-nao-sairam-do-papel>. Acesso em: 06 ago. 2018.

MERCURI, Isabela. **Após visita de Emanuel a Romero Britto, artistas cuiabanos se manifestam contra a 'Romerização' da cidade.** 2017. Disponível em: <http://www.olhardireto.com.br/conceito/noticias/exibir.asp?id=13917-icia=apos-visita->

de-emanuel-a-romero-britto-artistas-cuiabanos-se-manifestam-contra-a-romerizacao-da-cidade. Acesso em: 08 ago. 2018.

O LIVRE. **Maioria dos museus de Cuiabá não funciona; alguns, há mais de 1 ano**. 2018. Disponível em: <https://www.olivre.com.br/maioria-dos-museus-de-cuiaba-nao-funciona-alguns-ha-mais-de-1-ano/>. Acesso em: 08 ago. 2018.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO). **Convenção sobre a Proteção e promoção da Diversidade das Expressões Culturais**. Paris: UNESCO, 2005.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO) **Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural**. Paris: UNESCO, 2002.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO – OMT. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO – OMT. **Código Mundial de Ética do Turismo**. Madrid, 1999.

PEREIRA, Luciana Oliveira. **Vereador Adevaír Cabral pede reforma do teatro Silva Freire**. 2015. Disponível em: <http://plenariomt.com.br/parlamentos/id-274765/vereador-adevaír-cabral-pede-reforma-do-teatro-silva-freire>. Acesso em: 09 ago. 2018.

QUÉRÉ, Louis. “L’événement. Introduction”. In: BEAUD, Paul et all. (Orgs.). **Sociologie de la communication**. Paris: Réseaux/CNET, 1997, p. 415-432

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Organizadores da cultura: delimitação e formação**. Revista Comunicação & Educação. Ano XIV. n. 02. Mai/Ago, 2009.

SABINO, Welington. **Allan cobra Prefeitura revitalização do Espaço Cultural Silva Freire**. 2015. Disponível em: <http://www.camaracba.mt.gov.br/noticia.php?id=4862>. Acesso em: 08 ago. 2018.

SANTANA, André Garcia. **Prefeitura de Cuiabá inaugura relógio dos 300 anos**. 2018. Disponível em: <http://www.extramt.com.br/especiais/prefeitura-de-cuiaba-inaugura-relogio-dos-300-anos/>. Acesso em: 07 ago. 2018.

SANTOS, Giordanna Laura da Silva. **Participação social no Colegiado Setorial de Culturas Populares, do Ministério da Cultura (MINC): uma análise dos canais comunicacionais e participativos, de 2010 a 2014**. 2015. Tese (Doutorado em Cultura e Sociedade). Universidade Federal da Bahia, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, Salvador, 2015.

SOUZA, Celina. O Estado da Arte da Pesquisa em Políticas Públicas. In: HOCHMAN, Gilberto (Org.). **Políticas Públicas no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2007.

VICENTE, Bruno. **Prefeitura e Teoria Verde realizam ação de limpeza no Morro da Luz**. 2018. Disponível em: <http://www.cuiaba.mt.gov.br/secretarias/servicos-urbanos/prefeitura-e-teoria-verde-realizam-acao-de-limpeza-no-morro-da-luz/17837>. Acesso em: 08 ago. 2018.

ZENI, Camila. **Revitalização do Mercado do Porto em Cuiabá vai custar R\$ 14,1 milhões**. 2018. Disponível em: <https://www.olivre.com.br/revitalizacao-do-mercado-do-porto-em-cuiaba-vai-custar-r-141-milhoes/>. Acesso em: 07 ago. 2018.

***Local media, museums and tourism:
what legacies will the brand 'Cuiabá 300 Anos' leave?***

Abstract

This article intends to analyse the tourist and cultural actions proposed by the Municipality of Cuiabá in commemoration of the three-hundredth anniversary of the capital of Mato Grosso, based on the analysis of the Strategic Plans of 2012-2019, 2013-2023 and 2017-2023, which are part of the Program of Integrated Institutional Development (IDP), proposed by the Court of Accounts of the State of Mato Grosso and integrated by Cuiabá as of 2012. In order to analyse, around the idea of "Cuiabá 300 Anos", which conception of tourism comes being worked by the responsible organs, as well as to identify how this conceptualization relates, specifically, to Museums and Art Galleries located in Cuiabá. Faced with various artistic and cultural expressions that represent culture in Cuiabá, it was decided to elect museums and art galleries as cultural spaces capable of contributing to cultural tourism in the capital of Mato Grosso, which serves as a gateway to destinations such as Pantanal, Chapada dos Guimarães and other locations in the state. The methodology used was, firstly, the bibliographical and documentary research, as well as content analysis of the plans and also of materials collected from the local online media.

Keywords: Culture. Public policy. Local online journalism. Journalistic sites. Cuiabá 300 Years.

Artigo recebido em 03/02/2018. Aceito para publicação em 10/08/2018.