

Turismo militar: potencialidades para a preservação do patrimônio histórico-cultural brasileiro

ST Cav Alvaro Luiz dos Santos Alves*

Introdução

Em seu livro *A evolução da arte da guerra* (PARKER, 2021), Noel Geoffrey Parker faz referência ao poeta italiano Fulvio Testi, em sua afirmação de que o século XVII “é o século do soldado”. Ao mesmo tempo, o autor propõe a pergunta: “que século não o foi?” Essa proposição tem por base a quantidade de batalhas ocorridas naquele período na Europa. Essa sucessão de batalhas na história da guerra no continente europeu tem uma importância grandiosa na formação do conceito e pensamento do povo e na própria formação de seus Estados.

Tudo isso nos possibilita uma ampla visão da capacidade da Europa em narrar essas histórias de guerra, informando sua população e, ainda, justificando suas demandas muitas vezes por questões de domínio de territórios.

Dentro dessa conjuntura, cabe-nos analisar a quantidade de mecanismos utilizados para a narrativa histórica dessas batalhas¹ e guerras.² Uma forma muito utilizada, que é amplamente relacionada com a formatação física dessas guerras, pode estar incluída dentro do espectro museológico, visando facilitar, pedagogicamente, a compreensão do processo da guerra de forma aproximada, por meio de recursos audiovisuais e similares.

Nosso trabalho procura entender o avanço dos museus e dos equipamentos turísticos ligados ao ambiente militar que tiveram sua prosperidade por toda a Europa, relacionando esse contexto com o Brasil, que, embora não tenha, em seu histórico como nação, tantas guerras, como é o caso da Europa, caminha a passos lentos na estruturação e aproveitamento do que já existe para ser explorado nesse campo.

Para conseguirmos atingir esse objetivo, analisaremos muito brevemente o contexto europeu, destacando o trabalho realizado por Portugal nesse âmbito, e aproveitando para propor iniciativas que possam contribuir para efetivação das boas práticas a serem aplicadas no turismo militar no Brasil. A partir disso, poderão ser vislumbradas possibilidades de aquisição de ativos que ajudem na preservação e divulgação dos equipamentos turístico-militares.

O turismo militar e seu desenvolvimento: entendendo o contexto do turismo

A mais antiga definição para turismo, segundo o *Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo* (BARRETTO, 1995), é citada pelo austríaco Hermann von Schullern zu Schrattenhofen em 1911. Ele relata que

turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado.

Tivemos várias outras definições de turismo, como as da Escola Berlinesa, que devemos a Robert Glucksmann, Schwink, Bormann, Josef Stradner, Morgenroth e muitos outros teóricos.

Para este trabalho, separamos uma definição da Escola Polonesa, relacionada à definição de Leszczyk, que, pela primeira vez, cita o termo “militar”.

* ST Cav (ESA/1993, EASA/2003, EsIE/2017). Realizou os estágios de Identificador de Corpo de Tropa (2004), Geral de Comunicação Social (2021), Gestão Ambiental (2021), Gestão Cultural (2022).

Para Lesczyck,

o movimento turístico é aquele no qual participam os que, durante um certo tempo, residem num certo lugar, como estrangeiros ou forasteiros e sem caráter lucrativo, oficial (de serviço) ou militar.³

O espanhol Luis Fernández Fúster, por sua vez, ressalta, nessa conjuntura, a importante relação da iniciativa privada e dos organismos públicos no fomento de ações de infraestrutura turística e de expansão.

Turismo é, de um lado, conjunto de turistas; do outro, os fenômenos e as relações que esta massa produz em consequência de suas viagens. Turismo é todo equipamento receptivo de hotéis, agências de viagens, transportes, espetáculos, guias-intérpretes que o núcleo deve habilitar para atender às correntes (...). Turismo é o conjunto das organizações privadas ou públicas que surgem para fomentar a infraestrutura e a expansão do núcleo, as campanhas de propaganda (...). Também são os efeitos negativos ou positivos que os produzem nas populações receptoras. (FÚSTER, 1973, *apud* BARRETTO, 1997, p. 11)

A Organização Mundial do Turismo (OMT),⁴ ao definir turismo, o faz na narrativa mais simplificada, mas que não deixa de ser abrangente:

Turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras. (OMT, 2001, p. 38)

Diante de tantas concepções sobre o termo ‘turismo’, não nos sobra espaço neste artigo para maiores discussões, tendo em vista que poderíamos nos afastar de nosso foco principal, que é relacionar o turismo em sua amplitude com a formação do turismo cultural que engloba o turismo militar.

Turismo militar na Europa: a lição lusitana

Dentro do escopo do turismo militar, cabe destacar o progresso da Europa. Nesse sentido, já levantamos questões históricas, que podem certamente justificar a relevância e a dianteira que a Eu-

ropa desempenha na exploração do turismo militar, seja do ponto de vista cultural e de preservação do patrimônio ou mesmo de sua relação de trocas econômicas com o setor turístico.

Em nossa avaliação, destacamos a atuação marcante do turismo militar em Portugal, que tem um cenário fértil e com capacidade de domínio do mercado turístico. Portugal percebeu que apenas suas belezas naturais já não eram suficientes para reter os turistas em sua região e isso tudo já não era mais o seu principal atrativo.

Atinente a essa questão, foi implantado, em 2007, o Plano Estratégico Nacional do Turismo, que apresentou produtos estratégicos para o turismo em Portugal, uma vez que o turismo cultural foi considerado um produto de extremo potencial e em ascensão.

Outro fator que colocou o turismo cultural em posição de destaque e, conseqüentemente, o turismo militar, por ser parte conjunta do turismo cultural, foi a publicação de um decreto-lei⁵ estabelecendo as bases das políticas públicas de turismo como setor estratégico da economia nacional portuguesa.

Com esse destaque oferecido ao turismo cultural, em nossa opinião, o turismo militar português conseguiu ter incremento junto ao contexto de exploração econômico-cultural, podendo gerar ativos e ainda ajudar na preservação de diversos sítios históricos ligados à cultura militar em geral.

Conclusão

Neste breve texto, buscamos apresentar um panorama do contexto do turismo militar no mundo e aproveitamos para propor, de forma muito sucinta, algumas questões que poderão ajudar futuramente a propulsão dessa ferramenta tão importante para a preservação histórico-cultural de nosso país, que é o turismo.

Assim sendo, em nossa conclusão, deixaremos alguns pontos considerados relevantes para tornar o turismo militar mais atrativo e com possibilidades de trazer mais ativos ao país.

Como primeiro ponto de destaque, podemos identificar as possibilidades de captação de ativos econômicos com a exploração de nossos fortes e fortalezas. Nesse sentido, destacamos o trabalho *Turismo Militar na Baía de Guanabara: o uso do patrimônio histórico no seu entorno* (SOBRINHO, 2020), no qual o autor traz à luz toda a potencialidade da exploração náutica do entorno da baía de Guanabara, no Rio de Janeiro, no contexto histórico-cultural militar.

Esse exemplo de trabalho necessita ser colocado em prática e pode ser proposto para a iniciativa privada, já que as questões orçamentárias são um ponto importante para a realização de tal empreitada.

Outro ponto que queremos deixar como destaque e opinar a respeito é relativo à exploração econômica de espaços para venda de 'lembranças'. Como se pode observar na Europa, todos os equipamentos turísticos, com raríssimas exceções, exploram esse tipo de negócio, que tem se tornado cada vez mais lucrativo, tal como venda de camisas, chaveiros, fotos em vestimentas militares etc. Infelizmente, esse fator da venda de produtos ainda não é muito explorado no Brasil.

Finalmente, destacamos nossa principal sugestão para aprimoramento do sistema de turismo militar no Brasil, que é a execução de uma gestão

turística voltada para a formação de agentes de animação turística com foco nos equipamentos já explorados e com concepção de apresentação de novas possibilidades de exploração dos mesmos espaços.

Acreditamos que a união da iniciativa privada e do poder público na execução de projetos voltados à educação patrimonial e histórica dos espaços militares poderia possibilitar um melhor aproveitamento desses locais para fins turísticos.

Uma boa prática a ser empregada nesse sentido seria um investimento na educação básica do turismo, como o investimento na área de formação de guias de turismo especializados no turismo militar. Destacamos, assim, o ponto da formação de guias de turismo especializados em turismo militar, tendo em vista que esses guias são os grandes divulgadores e captadores de clientes. A gestão turística não consegue ir adiante sem o apoio desses profissionais.

O ponto-chave de toda essa questão é a união de várias vertentes com o foco voltado para o desenvolvimento e melhor exploração do turismo militar no Brasil. Temos um grande patrimônio histórico para o desenvolvimento de um turismo militar que pode contar um pouco mais da história do Brasil, de seus militares e de seu povo.

Referências

- BRASIL. Diretoria do Patrimônio Histórico e Cultural do Exército, 2016. **Normas e legislações**: normas para a abertura das fortificações à visitação pública (Port n° 615, de 13 nov 2000). Acesso em: 20 set 2022.
- BARRETTO, Margarita. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. 2. ed. Campinas, SP: Editora Papirus, 1997.
- BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural**: As possibilidades do planejamento. Campinas, SP: Papirus, 2000 (Coleção Turismo).
- COELHO, J. F. P. **Turismo Militar como segmento do Turismo Cultural**: Memória, Acervos, Expografias e Fruição Turística. Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade de Aveiro. Portugal, 2011.
- COSTA, F. R. **Turismo e Patrimônio Cultural**: Interpretação e Qualificação. São Paulo: Editora SENAC, 2009.
- PORTUGAL. Ministério da Economia e do Emprego. **Plano Estratégico Nacional do Turismo**. Lisboa, 2007.
- SOBRINHO, A.F. Turismo Militar na Baía de Guanabara: o uso do patrimônio histórico no seu entorno. Turismo e Sociedade (ISSN: 1983-5442). **Revista da UFPR**. Curitiba, v. 13, n. 2, p. 1-23, maio-agosto de 2020.

Notas

¹ Batalha, de modo geral, é um componente conceitual na hierarquia de combate durante uma guerra entre duas ou mais forças armadas ou combatentes. Em uma batalha, cada uma das partes tentará derrotar as outras, e a derrota é determinada pelas condições de uma campanha militar. Geralmente as batalhas são definidas por duração, área e forças envolvidas.

² Guerra é um intenso conflito armado entre Estados, governos, sociedades ou grupos paramilitares, como mercenários, insurgentes e milícias. Geralmente é caracterizada por extrema violência, agressão, destruição e mortalidade, usando forças militares regulares ou irregulares. A guerra refere-se às atividades e características comuns dos tipos de guerra, ou das guerras em geral. “Conflito Armado” é usado em vez de, ou em adição ao termo “guerra”, sendo o primeiro de escopo mais geral. O Comitê Internacional da Cruz Vermelha diferencia entre conflito armado internacional e não internacional em sua definição: “Os conflitos armados internacionais existem sempre que há recurso à força armada entre dois ou mais Estados... Conflitos armados não internacionais são confrontos armados prolongados que ocorrem entre as forças armadas governamentais e as forças de um ou mais grupos armados, ou entre esses grupos que surgem no território de um Estado [parte das Convenções de Genebra]. O confronto armado deve atingir um nível mínimo de intensidade e a partes envolvidas no conflito devem mostrar um mínimo de organização.”

³ Grifo nosso.

⁴ A Organização Mundial do Turismo (OMT), antiga União Internacional de Organizações Oficiais de Viagens (IUOTO), foi criada em 1925 como uma organização internacional não governamental que reunia associações privadas e governamentais de turismo. Em 2003, tornou-se uma agência especializada das Nações Unidas. Sua missão consiste em promover o turismo sustentável, responsável e universalmente acessível como indutor do desenvolvimento inclusivo.

⁵ Decreto-Lei n° 191/2009, de 17 de agosto (Portugal).