

TRADUÇÃO

TURISMO, CULTURA E PATRIMÔNIO NA RIVIERA FRANCESA

TOURISME, CULTURE ET PATRIMOINE SUR LA RIVIERA FRANÇAISE¹

Sylvie Christofle²

Tradução: José Orlando Costa Nunes³

Tratando-se da notoriedade turística da França, ela se reporta em boa parte sobre as qualidades culturais e patrimoniais em termos de reconhecimento na escala mundial. Nice e a Riviera francesa, territórios emblemáticos do turismo, projetam uma imagem essencialmente de balneário e glamour, nas quais a cultura e o patrimônio aparecem principalmente pouco. Atualmente no contexto de mudanças econômicas mundiais e de ascensão na força de destinos turísticos emergentes, Nice Côte d'Azur conta estrategicamente com a cultura e seu patrimônio cultural para escapar de uma imagem particularmente padronizada (balneário), para ser renomeada num imaginário turístico prestigioso com objetivo de atrair turistas de excelente qualidade na visita da capital de

¹ Originalmente publicado em: ACTES DU COLLOQUE "PROBLÈMES DU TOURISME INTERNATIONAL DANS LE CADRE DU DIALOGUE DES CULTURES", Astrakhan, Russie, 21-24 avril 2010. Atelier Tourisme culturel et conservation du patrimoine.

² Université de Nice Sophia Antipolis. E-mail: sylvie.christofle@unice.fr

³ Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN. E-mail: joseorlandobrasil@hotmail.com

Cote d'Azur, com vistas a conhecer uma economia metropolitana do conhecimento e das artes.

Fundamenta-se esta análise sob dois pontos majoritários: um parte de elementos fundamentais da Riviera Francesa em materiais culturais e o outro parte do trabalho dos atores territoriais e institucionais para mediar uma “nova” imagem turística do lugar.

I. ATRATIVIDADE CULTURAL E RIVIERA FRANCESA

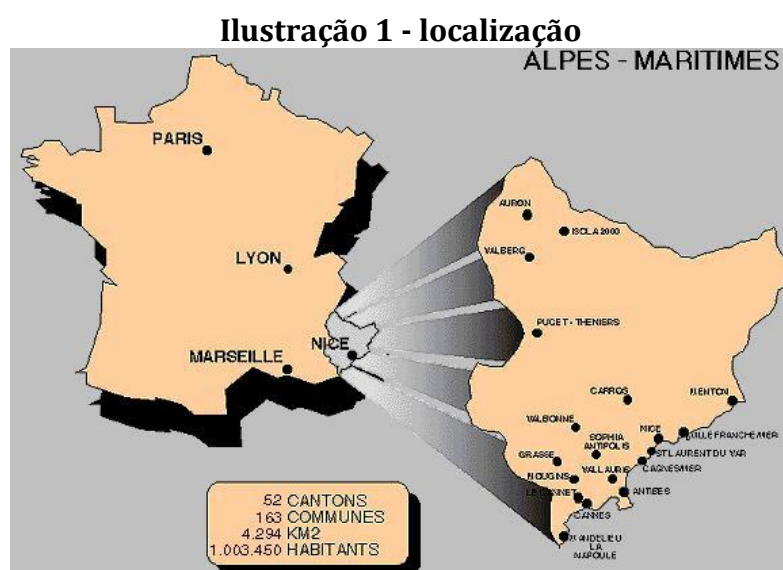
Os recursos turísticos da França se fundamentam em boa parte sobre a cultura e o patrimônio cultural. Castelos, catedrais, igrejas, conventos, vilas antigas e fortificações entre outros. Seus legados são colocados a disposição dos turistas como um variado e numeroso patrimônio arquitetônico e monumental.

Paralelamente, a França é um país das artes e da cultura e com múltiplos museus como o célebre museu do Louvre de Paris, os museus ecológicos, galerias, teatros, as animações culturais, os festivais, os concertos, as exposições, sem esquecer a gastronomia, patrimônio cultural cuja reputação ultrapassa largamente as fronteiras francesas. Esses recursos culturais formam uma alavanca para a atratividade da França e mais particularmente sua atratividade turística (GREFFE, 2006).

Para acentuar ainda mais o impacto dos recursos culturais na chegada dos turistas estrangeiros na França, a Casa da França, que promove o espaço nacional, tem colocado no local em 2009 um clube de protagonistas públicos e privados sob o tema “Patrimônio e Cultura”.

Esse clube (RESSOUCHES, 2009) deve ajudar a: 01) renovar a imagem cultural da França valorizando o patrimônio vivo (eventos e festivais); 02) promover uma oferta acessível e lúdica; 03) valorizar os procedimentos comportamentais de qualidade existentes; e 04) conduzir uma estratégia de fidelização e de conquista de novos clientes, entre outros. Mais particularmente, esse clube de promoção internacional “Patrimônio e Cultura” deve ser particularmente dinâmico em matéria de museus, monumentos históricos, rotas históricas, centro de interpretações e festivais.

No seio do espaço nacional, a Riviera Francesa se destaca. Esse litoral dos Alpes Marítimos, na região administrativa Provence-Alpes-Côte D'Azur, 2ª região turística francesa, se estende sob aproximadamente 70 quilômetros, de Mandelieu la Napoule à Menton (Figura Nº 01).

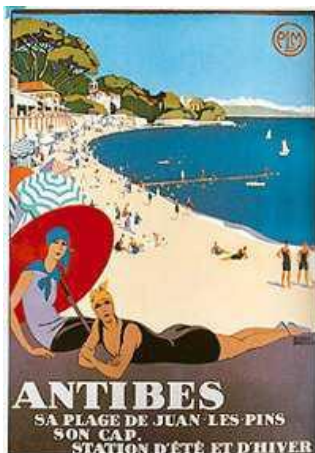


Fonte: Vila de Nice.

Esse território está situado na extremidade sul-leste do país, muito próximo da Itália e engloba o Principado de Mônaco. Possui um alto grau no turismo mundial recebendo aproximadamente 10 milhões de turistas por ano (CRT RIVIERA). O local usufrui ainda de uma imagem muito forte, antigamente implantada (BOYER, 2002).

Entretanto, esses espaços permanecem pouco conhecidos e pouco freqüentados turisticamente por suas riquezas patrimoniais e culturais. Em efeito, esse litoral mundialmente renomado possui uma imagem essencialmente criada sob seus recursos naturais (paisagem mediterrânea, luz e clima) para um turismo de balneário (Figura Nº 02).

Ilustração 2 - Fotografia de Broders Roger



Em termos de cultura, os elementos conhecidos se resumem nos eventos: festas, como a festa do *Citron à Meuton*, festivais, como o festival de jazz de *Juan lès Pins* em Nice e o festival do circo de Mônaco, entre outros.

Dentre esses eventos, certamente alguns são de reputação mundial e atraem centenas de milhares de visitantes (CRT RIVIERA) como o festival internacional de cinema de Cannes ou o carnaval de Nice que teria atraído mais de 1 milhão de visitantes em Fevereiro de 2010 (FIGURA N 03 - Carnaval de Nice 2010 com o tema Rei do Planeta azul).

Ilustração 3 - Carnaval de Nice 2010 Corso Iluminado



© OTCN / M. Jolibois

Essa dimensão cultural de Nice (Côte d'Azur) tem recentemente sido colocada em frente da cena, além das fronteiras nacionais, com a candidatura não feliz em 2007 para a denominação de vila européia da cultura de 2013. Essa candidatura, inesperada por alguns, fundamenta-se sobre um rico patrimônio cultural, material e imaterial, herdado e contemporâneo, existente ou futuro. A Riviera francesa possui em efeito um patrimônio importante: numerosas grutas pré-históricas (Gruttes de Valonnet, de Lazaret, e des Grimaldi, entre outras), vestígios dos gregos e dos romanos, patrimônio medieval (monastérios, igrejas, vilas de pescadores, castelos e cidadelas). Hoje diferentes edifícios, lugares de patrimônio e de cultura são abertos ao público⁴. Outros castelos não acessíveis aos visitantes embelezam a paisagem como o de Villeneuve – Loubet, por exemplo. Outro desse patrimônio monumental e arquitetônico é o artesanato que é apreciado pelos moradores e visitantes como as cerâmicas, vidraçarias, perfumes entre outros localizados em Grasse, Eze, Théoule e nas proximidades do mar Biot, Vallauris entre outros. Tem também a gastronomia local e várias dezenas de museus (81) na Côte d'Azur, da qual três são de importância nacional e ainda possuem diversas galerias de artes que complementam esse roteiro no horizonte.

É necessário reconhecer que esses museus (Renoir, Chagall, Matisse, Cocteau, MAMAC (Museu de Arte Moderna e Contemporânea de Nice), Museus des Beaux-Arts (Bellas Artes) de Nice, entre outros são poucos conhecidos fora das fronteiras dos Alpes-marítimos. Somente dois dentre eles tem uma verdadeira notoriedade internacional e atraem os turistas, são eles: o museu oceanográfico de Mônaco e a Fundação Maeght de Saint- Paul.

No momento também colocando em luz, essa que pode ser a verdadeira especificidade da Riviera francesa: suas paisagens, sua luz que tem inspirado autores e pintores desde o século XVI. Na literatura citamos: Michel de l'hospital, Madame de Sevigné, Smollett, Alphonse Karr, Théodore de Banville, Guillaume Apollinaire, Guy de

⁴ Bastion de Menton (Museu Cocteau), Castelo de Roquebrune, palácio principado de Mônaco, cidade St. Elme de Ville franche-sur-mer, colina do castelo de Nice (destruído por Luis XIV), castelo dos hauts de Cagnes, Fort Carré e castelo Grimaldi, Fort Royal de Cannes (Ilha Santa Marguerita), castelo de Napoule.

Maupassant, Stephen Liegeard⁵, Blaise Cendrars, Jean Cocteau, Roger Martin Du Gard, Louis Aragon, Jean-Paul Sartre entre outros.

De numerosos pintores do momento à artistas variados que apreciam os locais e deixam os traços de paisagens maralpíns do XV^o século aos dias atuais: cita-se os primeiros de Nice: Família Bréa, Família Van Loo e mais tarde Fragonard, Renoir, Cézanne, Monet, Signac, Cross, Bonnard, Matisse, Dufy, Van Dongen, Léger, Picasso, Chagall, de Stael, Delaunay, Klein, Arman, Raysse, César, Dufrene, Hans, Rotella, Spoerri, Tinguely, Villegle, Nikki de Saint Phalle, Deschamps, Christo, de Chubac, Alocco, Malaval, Venet e Ben.

Um projeto cultural importante irriga igualmente em 2010 a Riviera Francesa, se traduzindo tanto pelas ações clássicas de reabilitação de edifícios patrimoniais como a Ópera de Nice, os jardins classificados como monumentos históricos (Serra de La Madone, por exemplo, à Menton), de pesquisa arqueológicas em Nice, da criação contemporânea em material de circo (Grasse), de artes-pinturas, dança, fotografia, vídeo entre outros tipos em Nice e Cannes, conforme Comitê de candidatura “Nice Côte d’Azur capital européia da cultura de 2013 (2007).

Compreende-se que a assistência patrimonial e cultural de Côte d’Azur não era insignificante, mas a imagem e as práticas do local ficaram fundamentadas sobre o turismo de balneário e de eventos (CRT RIVIERA). Uma diversificação tanto funcional que o marketing aparece nos dias atuais para aumentar a parte do turismo cultural nessa micro-região.

Esse turismo se desenvolverá sob os recursos patrimoniais e culturais que se têm citados. Um dos primeiros passos, acompanhando a valorização cultural desses territórios (BILLEN, DECROLY, VAN CRIEKINGEN, 2002), passa pela criação de produtos turísticos culturais e patrimoniais e pela mediação nacional e internacional de uma imagem turística renovada. Por quê? E por quais meios? Isso é o que se vai estudar no momento.

⁵ Quem batizou Côte d’Azur de Riviera Francesa em 1887.

II. A REGENERAÇÃO DE UMA IMAGEM E VALORIZAÇÃO TERRITORIAL

A candidatura da cidade de Nice como capital europeia da cultura de 2013 tem mediado escalas nacionais e internacionais no desejo da Riviera Francesa e de seus atores territoriais e institucionais (comunidades de aglomerações, comunidades urbanas e comuns, entre outras) a valorizar seu capital cultural e patrimonial. Os projetos elaborados quando da candidatura se procedem sobre o território porque, além dos efeitos de marketing desse anúncio, existe um verdadeiro interesse dos atores locais para por em valor as propriedades culturais da Côte d'Azur no quadro de uma estratégia turística de escala mundial. Construir e fazer conhecer os produtos culturalmente atrativos aparecem como um meio para diversificar a oferta "azureénne", mantendo um nível internacional dentro do contexto de uma competição de mais em mais fortalecida, em fazer vir no território maralpin, os turistas amadores da cultura, sejam eles os turistas nacionais e internacionais, famosos pelo seu alto poder de compra. Para ilustrar o propósito, vamos nos atar em dois pontos de valor misturando turismo, cultura e patrimônio: a rota dos pintores de Côte d'Azur e o circuito das artes contemporâneas sob o traçado do bonde de Nice. A rota dos pintores ou Côte d'Azur dos pintores consiste em representar sob os quadros de pintores célebres os locais que tem inspirados eles (Por exemplo: Antibes, Figura Nº 04). Mais de 60 quadros pintados com pontos de referências locais da Riviera Francesa, permitindo, assim, apreciar paisagens e representações de pinturas.

Ilustração - 4: Henri-Edmond Cross dit H. E. Delacroix, Antibes



Foto A. Bruno

O segundo exemplo, arte na vila sob o trajeto do bonde, se localiza em Nice (Ver figura nº 05). Trata-se da arte contemporânea que acompanha a linha de bonde do norte ao sul da Vila, sob formas de esculturas, desenhos coloridos, luzes que rompem com a imagem que se tem de Nice, para torná-la uma cidade mais moderna.

Figura - 5 Arte na vila sob o trajeto de bonde: Bouddhas Coloridos a pé



Praça Massena, de noite.

Esses dois circuitos ou rotas culturais são, pois, muito diferentes. Eles podem ser livres ou fazer o traslado com visitas guiadas. Eles podem corresponder aos passeios descobertos no interior de uma mesma vila (Arte na vila sob o trajeto do bonde, Nice) ou entre diferentes vilas (Nice, Cannes, Grasse, Villeneuve Loubet, Cagnes sur mer, entre outras, para Côte d'Azur das pinturas).

Ele pode se tratar de um comando público artístico (Artes na vila sobre o trajeto de Bonde, Nice) ou de um verdadeiro produto turístico colocado em lugar por um ator institucional de turismo, aqui o CRT Riviera (Côte d'Azur das pinturas).

Entretanto, existe outra função sua como a do “museu ao céu aberto” que divide um ponto comum forte: estabelecer uma renovação profunda de uma imagem de Nice e da Côte D'Azur, a complexidade, colocada sobre a cultura para se diferenciar da imagem de balneário.

Paralelamente, é posto em valor a mediação do patrimônio e da cultura sob a Riviera que podem ser percebidos como elementos motores de uma estratégia de cidade voluntarista e ambiciosa da capital Azuréene.

Nice, 5ª vila francesa (INSEE, 2009), é o núcleo de uma aglomeração que tem ultrapassado um milhão de habitantes, mas que pena em se fazer reconhecer seu nível urbano nos quadros nacionais e internacionais, não valorizada tanto que engloba para a sua cidade uma onipresente e reduzida imagem turística.

A abundância cultural, a criação artística, a inovação social que acompanham bastante esse quadro, permitem a cidade se posicionar como uma metrópole nos quadros da economia criativa e do conhecimento, o que caracteriza essas vilas dirigentes (GIRARDOT, 2004). Enfim, a cultura em geral e as singularidades patrimoniais azuréenes não tomam elas de mais em mais seu lugar no desenvolvimento turístico e metrópole mundial?

REFERÊNCIAS

Billen C. Decroly J M, Van Criekingen M. (2002). « **Les mutations contemporaines de la valorisation des territoires** » pp. 113-130 in *Le développement durable des territoires*, Editions de l'université de Bruxelles, 231pages.

Comité de candidature, Nice Côte d'Azur capitale européenne de la culture 2013 (2007) « **Les projets culturels de la Côte d'Azur** », 64 pages.

Christofle S. (2010) « **Patrimoine culturel, tourisme et marketing des lieux: Nice Côte d'Azur entre désirs de territoire et développement** » Colloque international *Patrimoine culturel et désirs de territoires : vers quels développements?* Février 2010. Nîmes.

Christofle S. Khelifi S. (2010) « **L'image touristique de Nice Côte d'Azur: entre héritage et renouvellement** », Colloque *Penser le développement du tourisme au XXe siècle: territoire, économie, patrimoine*, Saint-Brieuc.

Comité Régional du Tourisme. **(CRT) Riviera** (2008), Touriscope-Observatoire du tourisme de la Côte d'Azur.

Girardot J. J. (2004), « **Intelligence territoriale et participation** » **3èmes rencontres TIC et territoires: quels développements?**, Lille, ISDM n°16, Mai 2004, Article n°161.

Grefe X. (2006) **La mobilisation des actifs culturels de la France, de l'attractivité culturelle du territoire... à la nation culturellement créative, rapport de synthèse**

sur l'attractivité culturelle, Ministère de la culture et de la communication, Document de travail du DEPS, n° 1270, 75 p.

INSEE (2009), Résumé statistique, Chiffres clés, octobre 2009, **Nice-Alpes-maritimes**, 1 p. Ressouches R. (2009) Les conventions Tourisme et culture, Ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi, Secrétariat d'Etat chargé du Commerce, de l'Artisanat, des Petites et Moyennes entreprises, du Tourisme et des Services, Direction du Tourisme, 13 p.

Referência (NBR 6023/2002)

CHRISTOFLE, Sylvie. Turismo, cultura e patrimônio da Riviera Francesa. Tradução: José Orlando Costa Nunes. **Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)**, Mossoró/RN, vol. 4, n. 2, p. 09-18, jul./dez. 2015.