

Geografias Literárias e Culturais face ao Turismo

Maria de Lourdes Netto Simões¹

1 – O foco do olhar sobre o tema

A relação entre literatura e cultura face ao turismo possibilita uma possível resposta às perguntas colocadas pela coordenação do II Colóquio de Literatura Comparada/ ABRALIC. Refiro-me, especialmente, àquelas relacionadas à emergência de espaços heterogêneos de produção e à possibilidade de repensar os conceitos de literatura e de cultura; à redimensão teórico-crítica sobre poder, subjetividade e poéticas em relação a tensões, convergências e divergências entre o local, o nacional e o global; sobre os modos de representação do literário e do cultural face a projeções de tempos, cada vez mais instantâneos; em respeito à articulação do patrimônio local expandido em espaços transnacionais; ao redesenho das geografias do literário e do cultural face a fronteiras, trânsito, mercado.

A intersecção - literatura, cultura, turismo - considera que a globalização promove movimentos migratórios em relação ao local e acentua as suas questões identitárias (local). Considera, ainda, o processamento de novos olhares sobre o fenômeno literário, tendo em conta a reconceptualização das noções de espaço/tempo, inclusive no que se refere a trânsito de pessoas e de culturas.

Nesse entendimento, o turismo, enquanto processo de viagem, toma corpo como atividade cultural e de impacto na economia e desenvolvimento das localidades, marcadamente denotando a mobilidade coletiva e inserindo-se no redesenho dos mapas geopolíticos. Considerando o trânsito da perspectiva cultural, a literatura enquanto veiculadora da cultura é aqui olhada como fenômeno instigador do turismo.

As fronteiras redesenhadas pelo imaginário fazem o espaço/tempo ficcional projetar o espaço/tempo real, no leitor (turista da cidade imaginada), instigando-o ao trânsito que o torna turista (leitor da cidade real). Essa categoria de leitor - **leitor-turista / turista-leitor** (SIMÕES, 2002) - quer imprimir à literatura mais uma feição no seu redesenho face às novas geografias, relacionadas à concepção de tempo/espaço, especialmente aquelas referentes a trânsitos.

2 - Da literatura ao turismo no contexto global

¹ Professora Titular. Universidade Estadual de Santa Cruz. Ilhéus – Bahia – Brasil - htsimoes@uol.com.br

Se entendermos que uma cultura é considerada como **local**, porque é compartilhada subjetivamente por uma dada comunidade, e que a **global** está diretamente relacionada ao processo econômico, às mudanças tecnológicas e à universalização da informação, temos que, quanto à Literatura, é a sua recepção quem vai sinalizar as suas dimensões culturais em relação à globalização. O processo de tradução, editoração, divulgação, distribuição vão viabilizar a mundialização do texto literário e levar o imaginário **local** para o universo **global** (por caminho virtual ou real).

Pensar formas de valorização da Literatura, visando ao turismo, é estratégia de fazer interagir o global-local, evitando cair no processo homogeneizador do global. É realizar o comparativismo, em consideração da perspectiva antropológico-social da cultura, sem descurar da especificidade do “valor” estético da Literatura no contexto da diversidade cultural, do multiculturalismo e da globalização.

Tal estratégia pretende ser uma resposta possível à preocupação apresentada por tantos estudiosos (Sarlo, 1997, 2002; Richard, 2002; Huyssen, 2002, por exemplo) a respeito do lugar do estético nos julgamentos da arte e, mais especificamente, da literatura: “como fazer justiça a suas variantes locais, suas traduções, sua tradutibilidade, seus múltiplos meios de transmissão, suas complexas misturas geográficas e temporais?” (HUYSSSEN, 2002, p.16). Afigura-se-me como forma de resistência do local, inclusive por ressaltar “as suas flexões temporais e espaciais [...] as profundas genealogias dos imaginários sociais e coletivos que inevitavelmente moldarão sua relação com o global, que, por sua vez, sempre emerge em algum lugar e momento específicos na história” (ibid).

Operar o turismo através da literatura implica uma compreensão do funcionamento do mercado cultural no contexto globalizado. É forma de valorização do discurso literário e do bem simbólico local, que habita o imaginário ficcional. O bem simbólico, presente na literatura, é consubstancializado para o turista através do patrimônio cultural arquitetônico (material) e do imaterial (mitos, lendas, folclore, danças, música, culinária, hábitos de um povo) e, ainda, do patrimônio natural. Nesse caso, por essa ótica, a cultura sobrepõe-se ao mercado pois é ela quem dará o “tom” da relação entre local e global, entre cultura e turismo.

Nas ações de contexto local, o trato da literatura há que observar aspectos de reescrita, intertextualidade, identificação de bens simbólicos inscritos no texto ficcional (hábitos, costumes e tradições), através das estratégias narrativas singulares; fazer interagir várias disciplinas no corpo do texto literário: a história cultural e social, a antropologia, a crítica literária. Tais procedimentos além de valorizar a literatura junto à comunidade local, prepara-a (à comunidade) para receber o turista, porque

promove a reflexão sobre a sua própria identidade. No âmbito internacional, a ação da mídia - fruto de definições político-sociais locais - sinalizará aspectos (diferenças) da cultura local para o possível viajante e motivam-no para o turismo, a ele que, eventualmente, também já teve contacto com aquela cultura através da literatura. Assim, a atenção à maneira como os discursos políticos e a mensagem mediática e do *marketing* turístico veiculam os produtos culturais e as culturas locais contribui para que a cultura se imponha em relação ao mercado.

Embora a literatura esteja presa a uma linguagem, em relação à sua transnacionalidade, a tradução e a distribuição oportunizam a sua condição de competitividade em relação às demais expressões artísticas. A interdisciplinaridade é outro fator favorável, quando a interlocução de linguagens faz um texto literário ser re-lido pelo teatro, pelo cinema ou pela telenovela e divulgado pela mídia em esfera mundial (como ocorre mais significativamente com a exportação das novelas brasileiras).

Dessa forma, a ultrapassagem da dicotomia de valor global/ local, permite um olhar interativo, que valoriza o local, lançando mão das ferramentas do global, particularmente da mídia. Da perspectiva do comparativismo, a consideração a “uma forte dimensão geográfica e espacial, que se reconheçam os diferentes entrelaçamentos do temporal com o espacial e seus efeitos estéticos” (HUYSSSEN, 2002, p. 24) ressalta o trânsito, o hibridismo, a apropriação de sentidos, as sinalizações culturais e suas relações com a história, com o patrimônio, aspectos esses de interesse estético e turístico.

A conciliação do estético com o turismo através da literatura faz ressaltar a importância da cidade como cenário ficcional e como “produção de localidade” (APPADURAI, 1996). O seu espaço ficcional (onde “passeia” o leitor-turista) e os produzidos nela e por ela em relação às percepções estéticas e socio-culturais, no texto ficcional, fazem-na elemento suscitador do **efeito** (ISER, 1996) e provocador da transformação do **leitor-turista** em **turista-leitor**. O estético é ressaltado pelo **leitor-turista**, no processo da leitura, quando se realiza a interação texto-leitor, em relação à “significância de experiências de leitura como parte da motivação do leitor para a ação subsequente” (GUMBRECHT, 1998, p. 34), que o tornará **turista-leitor**.

Nesse mister, o foco na cidade é fundamental, exatamente por ela abrigar as culturas, as subjetividades, os bens simbólicos, fomentadores do trânsito de turistas. As formas urbanas de cidades (o local) provocam imaginários transnacionais (o global). O trânsito de turistas promove a transculturação, num enriquecimento mútuo (turista e local). Aspectos das culturas antes vistos pela ótica eurocêntrica - do exótico - agora colocados pela ótica de valorização do **diferente** (BHABHA, 1998) vêm a abrir novas

perspectivas ao leitor e levá-lo a redimensionar a própria História (LE GOFF, 1998). Assim, o desvio do foco - agora voltado à memória, à inclusão social, à não hierarquização da cultura, da arte - redesenha o local a ser visitado.

A Literatura funcionará como elemento de sustentabilidade, quando provocadora do fluxo entre as culturas - local e global - e do consumo cultural pelos turistas (globais) que buscam o diferente (local). Isto porque, ao ser lida em âmbito global (considerada a sua divulgação e distribuição), desencadeia a **motivação para** do leitor, que reconstrói a **motivação porque** (GUMBRECHT, 1998, p. 32), consideradas a sua situação histórica e social e assegurando uma visão da cultura não corrompida pelo interesse econômico e utilizando as ferramentas da tecnologia global para informar o leitor sobre a cultura local.

Por isso, nesse contexto globalizado, é estratégico lançar mão dos recursos instaurados pela lógica do mercado global, onde a mídia e o *marketing* ocupam lugar singular e, necessariamente, vão atingir a leitores de uma esfera internacional e interferir na sua **motivação para**, como nos resultados da sua ação, quando, depois, ele passa a turista - usufruidor dos bens simbólicos e consumidor das mercadorias.

Referências

- APPADURAI, Arjun. The Production of Locality. In: **Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization**. Minneapolis and London: Minnesota University Press, 1996. p. 178 - 200.
- BHABHA, Homi. **O Local da Cultura**. Trad. Myriam Ávila, Eliana L. L. Reis, Gláucia R. Gonçalves. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.
- HUYSSSEN, Andréas. Literatura e Cultura no contexto global. In: MARQUES, R; VILELA, LH (org). **Valores – arte, mercado, política**. Belo Horizonte, Editora UFMG/ Abralic, 2002. p. 15 – 35.
- ISER, Wolfgang. **O Fictício e o Imaginário – Perspectivas de uma Antropologia Literária**. Trad. Johannes Kretschmer. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1996.
- LE GOFF, Jacques. **Por amor às cidades**. Trad. Reginaldo Carmello Corrêa de Moraes. São Paulo: Editora UNESP, 1998.
- RICHARD, Nelly. Lo Estético (valor, fuerza) en el contexto de la globalización cultural. In: **Mediações – Anais do VIII Congresso Internacional da Abralic**, 2002.
- SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna – intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina**. Trad. Sérgio Alcides. Rio de Janeiro, UFER, 1997.
- _____. Los Estudios culturales y la crítica literária en la encrucijada valorativa. **Revista de Crítica Cultural**, n 15. Santiago, nov. 1997. p. 34 – 41.
- SIMÕES, Maria de Lourdes Netto. De leitor a turista na Ilhéus de Jorge Amado. **Revista Brasileira de Literatura Comparada**, n.6. Belo Horizonte: Abralic, 2002. p. 177 – 184.