

TALAVERA, Augustin Santana. Turismo Cultural, Culturas Turísticas. In: *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 9, n. 20, outubro de 2003.

Agustín Santana Talavera, da Universidade de La Laguna, Tenerife, é hoje o principal expoente dos estudos antropológicos de turismo da Espanha, segundo Margarita Barretto (2003). O texto “Turismo Cultural, Culturas Turísticas” se insere, portanto, como uma importante fonte de estudo na área e permeia também, em sua abrangência, outras áreas do pensamento que seguem em paralelo ou passam em tangente às questões que tratam de turismo e cultura.

A temática geral do texto passa pelo desenvolvimento desse tipo de turismo e os processos decorrentes da inserção do sistema turístico nas políticas culturais e administração patrimonial visando a comercialização da cultura. Para ele, a questão primordial está na forma como o consumo do turismo cultural influencia a produção, forma e localização das atrações culturais. Santana contempla em seu estudo as relações entre turistas e locais, trazendo para a discussão outros aspectos como o dinamismo cultural estratégico, a imposição do sistema turístico e a autenticidade.

Talavera inicia o texto traçando um histórico sobre a industrialização do turismo e o auge do turismo de massa, explicando os prováveis motivos da mudança de exigências dos clientes agora conceituados “pós-turistas”. Chega então à discussão principal - os interesses dos turismos alternativos desenvolvidos a partir dos anos 80, voltados à preservação e apreciação do meio-ambiente, cultura e etnias, resultou na exploração de novos territórios para a oferta turística, fator que desencadeia as problemáticas e análises do artigo.

Ele lembra que não se pode esquecer em momento algum dos interesses comerciais do turismo, que a preservação patrimonial/natural é realizada meramente para agradar o turista cultural, de que tudo é uma tentativa constante de conquistar uma clientela específica e alcançar cotas de mercado. Para ele, se algo distingue tais formas de turismo, é a possibilidade de acrescentar subprodutos, componentes do produto original. A lógica à qual Talavera quer chegar é que, o turismo cultural como concebido hoje foi resultado do desenvolvimento do ciclo de vida dos turismos convencionais, unido à complexidade atual da demanda e clientes potenciais que se encaixam em uma dicotomia modernidade/pós-modernidade - e que, portanto, não se desvencilha dos

aspectos antes citados. A retórica elaborada sobre conceitos como cultura e sustentabilidade é o que acaba por caracterizar o produto ofertado, segundo o autor.

Santana Talavera tem a percepção de que a exploração turística dos recursos patrimoniais incorpora o turismo a uma estratégia econômica empresarial e institucional, sob uma supostamente “bem intencionada” conservação natural e cultural. Se isso em alguns casos é realizado sem o conhecimento dos habitantes locais, que de repente se vêem inseridos de forma involuntária como atores de um cenário turístico meio-ambiental e cultural, também ocorrem os casos contrários onde os locais traduzem suas qualidades e produtos em espetáculos consumíveis, visando manter-se economicamente entrando sorrateiros no processo de globalização, através do turismo cultural. Assim, tanto de uma forma como de outra, pela pressão social e da economia global, os elementos que compõem uma cultura são convertidos em recurso.

Defensor da cultura como recurso, Yúdice (2004), afirma que “o papel da cultura expandiu-se como nunca para as esferas política e econômica, ao mesmo tempo que as noções convencionais de cultura se esvaziaram muito” (p.25). É com base em uma mesma linha de pensamento que, devido à interferência do sistema turístico na gerência de cultura, Talavera afirma ser impossível continuar vendo nos estudos antropológicos “cultura” como um conceito fechado.

Margarita Barretto (2000), analisando as críticas da comunidade acadêmica ao turismo cultural analisadas por Marie François Lanfant em 1995, diz que o legado cultural transformado em produto para o consumo, perde seu significado - a cultura deixa de ser importante por si mesma e passa a ser importante por suas implicações econômicas. Assim, “a história não é importante porque mostra as raízes, mas porque traz dinheiro” (p.48).

A tentativa de transformação da cultura local em um produto consumível pressupõe uma discussão sobre o que é autêntico e o que não o é, o que é a realidade cultural local e o que vem a ser apresentado como cultura-espetáculo ao turista. Ao longo do texto, Santana Talavera utiliza a palavra “experiência”, tratando da atração do pós-turista em experimentar e participar de culturas distintas, e da possibilidade de oferecer cultura como experiência individual. Esses aspectos são citados ao dialogar sobre a autenticidade, onde se afirma que “a autenticidade é criada individualmente como uma construção contextualizada nas próprias experiências do sujeito” (p.46). A

dicotomia real/artificial não afeta negativamente a experiência turística, visto que, para Talavera, aquilo que é construído artificialmente surge perante o turista como algo mais real do que a própria realidade. No consumo de eventos festivos ao redor do mundo, por exemplo, o turista se entrega sentindo um ritual próprio e autêntico. No caso, o elemento cultural foi midiaticizado ao ponto em que a autenticidade vivida só depende da habilidade de quem constrói e promove imagens e expectativas.

O discurso sobre o simulacro de Jean Baudrillard (1991) apresenta uma afirmação geral sobre a percepção de realidade do homem no momento pós-moderno, que se assemelha à percepção que Talavera encontra no pós-turista. Assim, o autor conclui que as atrações culturais e os espetáculos consumíveis são produtos que não necessariamente devem coincidir com a autenticidade buscada pelo turista. Os parques temáticos culturais seriam o caso extremo do simulacro, onde o comprador é cúmplice e o exercício de imaginação ainda assim não deixa de ser autêntico.

Voltando à discussão a respeito da cultura transformada em recurso, o texto de Talavera vai do macroscópico ao microscópico, analisando as relações entre os turistas e os locais. Para ele, os residentes não conseguem desvencilhar-se da idéia do turista como um provedor de recurso econômico, assim como os turistas não deixam de ver o residente como um mero “anfitrião”, buscando nele meramente o que ele tem a servir ou oferecer como uma “mercadoria”. Assim, as trocas acabam por ocorrer sempre em um nível econômico. O turismo como meio para o “contato intercultural”, favorecedor da paz e compreensão entre os povos, é uma retórica esquecida – antes, devemos ver o turismo cultural como um maquinário para as trocas e transformações/renovações culturais considerando os estereótipos e identidades como estratégias econômicas e sociais dinâmicas dos locais.

O autor aponta como problemática o fator obrigação/imposição do sistema turístico, visto que as alternativas econômicas para o desenvolvimento não estão facilmente ao alcance de todos, e conclui apontando a necessidade de alternativas que possam tornar esses contatos menos repetitivos e sistematizados, mais lúdicos, abertos e individualizados de forma que as estratégias econômicas da população local possam equilibrar melhor as transformações (inovações/renovações) culturais, de forma que estas não estejam ligadas apenas às demandas do mercado turístico.

Saul Edgardo Mendez Sanchez Filho. Mestrado em Cultura e Turismo/DLA/UESC. Pesquisador bolsista/CAPES. Orientadora: Profa. Dra. Maria de Lourdes Netto Simões. Grupo de Pesquisa ICER.

REFERÊNCIAS

BARRETTO, Margarita. O Imprescindível Aporte das Ciências Sociais Para o Planejamento e a Compreensão do Turismo. In: *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, ano 9, n. 20, outubro de 2003.

BARRETTO, Margarita. *Turismo e Legado Cultural: As Possibilidades do Planejamento*. SP: Papyrus, 2000.

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulação*. São Paulo: Relódio. d'agua, 1991.

YÚDICE, George. *A Conveniência da Cultura: Usos da Cultura na Era Global*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.