

TURISMO, MUNDIALIZAÇÃO E HIBRIDISMO CULTURAL NA RUA COBERTA, GRAMADO /RS, BRASIL

Adriana Schenkel (PIBIC/CNPq), Rafael José dos Santos (orientador) - aschenke@ucs.br

O trabalho vem sendo desenvolvido desde abril de 2007 e está inserido em um projeto maior: Turismo, Mundialização e Hibridismo Cultural em Espaços turísticos da Serra Gaúcha, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da UCS com auxílio do CNPq. O objeto de estudo é a Rua Coberta de Gramado localizada na serra gaúcha. Gramado, importante pólo turístico no estado do Rio Grande do Sul, recebe anualmente cerca de 2,5 milhões de turistas. Sua maior fonte de arrecadação é proveniente do turismo e é considerado o quarto destino turístico mais cobijado do país. Constatado este fato foi analisado no período da pesquisa que o espaço é muito rico em se tratando de hibridismo cultural, dada a multiplicidade de referências culturais e as várias interações que ocorrem neste espaço. O turismo proporciona uma troca muito grande entre turistas, moradores locais e colaboradores dos vários estabelecimentos comerciais, que deste processo de encontro, interação e troca fazem deste espaço um lugar de hibridização cultural. O recurso usado foi o da observação direta, caracterizando-se, portanto, como um estudo qualitativo conforme Laplantine (1994), Goldenberg (1999) e Santos (2005). O estudo também se utilizou de entrevistas com turistas, moradores e colaboradores dos estabelecimentos comerciais da Rua Coberta, assim como também se fez necessário o recurso fotográfico para o registro dos espaços, dos eventos e da circulação de pessoas. Foram pesquisados também livros de cunho histórico sobre a cidade de Gramado (Gramado 1987 e 1999) e material promocional dos estabelecimentos comerciais da Rua Coberta. Concluiu-se que entre as relações culturais que o turismo propicia é evidente a forma como o espaço é utilizado de modo a gerar valor ao produto turístico da cidade, e que as alusões à idéia de etnicidade européia, mescladas a outras referências, são freqüentes tanto no âmbito da arquitetura, da gastronomia oferecida nos estabelecimentos comerciais, das relações humanas e da cenarização do espaço. Com essa relação pode se dizer que o turista que vai ao espaço estudado não vai apenas consumir bens materiais, mas também acaba consumindo o que seu imaginário construiu através de toda ambientação que é feita no local. Isso ratifica a posição de Gastal quando afirma que nos dias de hoje: “produzir e consumir imaginários passou a fazer parte das necessidades básicas humanas” (GASTAL, 2005, P.69).

Palavras-chave: turismo, cultura, hibridismo cultural.

Apoio: UCS, CNPq