

Turismo e Cultura no Espaço Global¹

Flavia Regina Franzoi D'Arrigo²

Aluna do Programa de Pós-graduação do Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul – UCS.

Leslie Vieira Bühler³

Aluna do Programa de Pós-graduação do Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul – UCS- Bolsista CAPES.

Resumo

A globalização submeteu a sociedade mundial a um processo de profundas mudanças. Tornase necessário analisar esse fenômeno para melhor compreensão dos seus efeitos sobre a atividade turística. Livre comércio, circulação de bens e pessoas, facilidades de acesso, evolução tecnológica nos transportes favorecem os deslocamentos turísticos em âmbito mundial. A maior abrangência de espaços em menores períodos de tempo, ensejou o binômio espaço-tempo, que traduz a intensificação do intercâmbio cultural entre pessoas e comunidades. Com base em referenciais teóricos, este artigo destaca a relação entre turismo e cultura no espaço global, estudo de caso da Capital Baiana Salvador e analisa os desafios para o desenvolvimento. A competitividade recrudescer a preocupação crescente com as identidades culturais, cuja preservação representa relevantes benefícios para as comunidades receptoras de fluxos turísticos.

Palavras-chaves: globalização; turismo; cultura; comunidade; espaço

1. Introdução

A globalização está presente no cotidiano, e o mundo volta-se a uma nova realidade, que significa a inserção numa escala de competição nunca antes vista. A sociedade está inserida nesse processo irreversível de abertura de fronteiras de mercado, livre comércio, avanços tecnológicos, que facilitaram os deslocamentos globais.

¹ Trabalho apresentado ao GT 10 “Turismo, Antropologia e Inovação” do V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL- Caxias do Sul, 27 e 28 de junho de 2008.

² Bacharel em Publicidade Propaganda pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS; Especialista em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas; Mestranda em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul-UCS; flaviafd@terra.com.br

³ Bacharel em Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí, Mestranda em Turismo na Universidade de Caxias do Sul – UCS – Bolsista CAPES- leslie_buhler@terra.com.br.

Nesse novo cenário, as mudanças geram profundos impactos sobre o turismo, um dos principais setores da economia mundial.

A tendência do turismo no Brasil com a globalização é que haja um permanente crescimento devido à redução das distâncias, aproximação entre os povos e o avanço tecnológico favorecendo ao crescimento de demanda por produtos e serviços diferenciados, ocasionando a concorrência no setor e o desenvolvimento turístico local.

Economicamente, por um lado, a globalização provocou o crescimento do turismo mundial, aumentando a entrada de turistas estrangeiros no Brasil e conseqüentemente, a economia. Por outro lado, provocou um desequilíbrio social, onde os países mais ricos e desenvolvidos foram os que se beneficiaram, e os menos favorecidos, sofrem drasticamente com esse processo que desestruturou a vida em sociedade, gerando maiores índices de exclusão social.

O intercâmbio coloca no mapa mundial destinações até então desconhecidas, promovendo a conquista de novos cenários e atrativos turísticos.

Pretende-se com este artigo, analisar a integração entre turismo e cultura no espaço global, os benefícios da globalização no turismo cultural, se contribui para o fortalecimento da identidade cultural e como se encontra a sociedade com a expansão do turismo e as tendências culturais. Para o presente estudo, reúnem-se referências bibliográficas sobre os temas: globalização, turismo e cultura, pesquisas teóricas em destinações cuja cultura é o principal atrativo turístico.

2. Globalização

A globalização não é fenômeno recente. Mudou em razão da tecnologia. As grandes navegações, a exploração colonialista, as migrações mostram a característica expansionista e globalizadora da humanidade ao longo da história.

A partir dos anos 80 surgiu o enfoque sobre globalização, ainda que uma pequena parcela da população mundial possuísse o esclarecimento sobre esse tema devido à escassez de recursos tecnológicos, sendo abordado por pensadores, estudiosos.

Nos anos 90 o tema tornou-se polêmico, surgindo debates no sentido de entender e avaliar o processo de globalização. Mas esse processo foi muito rápido e inseriu a população e a sociedade a viver em mundo globalizado velozmente, sem poder de escolha ou mesmo entender.

Atualmente, no século XXI, o mundo é globalizado e acarretaram mudanças na vida das pessoas e na sociedade. A partir do momento em que a globalização ganhou formas e forças, começou a interagir na sociedade. De fato, a globalização é um processo irreversível e faz parte do cotidiano das pessoas.

Bauman(1999:8) ao abordar o tema sobre as conseqüências humanas, afirma que:

A globalização está na ordem do dia; uma palavra da moda que se transforma rapidamente em um lema, uma encantação mágica, uma senha capaz de abrir as portas de todos os mistérios presentes e futuros. Para alguns, “globalização” é o que devemos fazer se quisermos ser felizes; para outros, é a causa da nossa infelicidade.

Inúmeras são as definições acerca do tema, quando surge a expressão “globalização” associa-se a mundialização da economia, abertura de fronteiras, livre comércio do mercado, capitalismo, avanços tecnológicos. Muitos autores e estudiosos em diversas áreas de estudo conceituam o tema “globalização” sob diferentes óticas.

Para BENI (2003:14):

A globalização é um processo irreversível e, com toda a criação humana feita por grupos de poder, apresenta regras- tanto as que impelem ao progresso de todos, repartindo benefícios e assegurando perspectivas de médio e longo prazo, como as limitadoras e forçosamente injustas quando cerceiam a livre concorrência do mercado.

Embora a globalização seja um processo irreversível e obtêm êxito na mundialização da economia, ela é favorável às classes mais privilegiadas da sociedade, aos que possuem o poder, gerando um desequilíbrio social porque as classes sociais menos favorecidas são as que sofrem com essa desigualdade, desestruturando suas vidas. Pois, essas classes não possuem acesso à informação e não podem beneficiar-se da globalização porque ela gera a exclusão social. Para Bauman a globalização é um paradoxo: é muito benéfica para muito poucos, mas deixa de fora ou marginaliza dois terços da população mundial.

Minc (1999:24) afirma que:

A globalização teve sucesso. Apesar de onipresente, ela é inatingível. Ela é uma realidade e não passa de uma idéia. Contradição sem precedentes, porque, até o presente momento, as sociedades se rebelaram contra um poder, um regime, uma classe dominante e nunca contra um conceito. Esta é a estranheza da situação: quanto menos a globalização se manifesta de maneira tangível, mais ela polariza as angústias e as inquietudes reforçando o desejo de proteção e, portanto, o desejo de identidade.

Assim como Minc aborda a globalização como um fato que não é apenas uma idéia, uma demagogia e sim, uma realidade, é possível uma análise reflexiva acerca dos efeitos da globalização, entendê-los para melhor compreensão do fenômeno que, está presente no cotidiano, no modo de vida das pessoas, na política, economia, estruturas sociais e também na questão espacial.

A difusão do capitalismo de livre mercado, a abertura das fronteiras, a privatização, a desregulamentação da economia e as tecnologias integradoras são algumas das características

marcantes desse processo. Os países perceberam que era indispensável expandir seus mercados, reforçando o parecer econômico neoliberalista. Trata-se de uma política econômica que tem o intuito de deslocar o estado da posição de principal agente ordenador de serviços, fragilizando suas idéias.

Algumas das mudanças hoje vivenciadas têm sido aceitas com certa tranquilidade pela sociedade. Outras têm sido polêmicas, pois, não raro, a proposição de mudanças é encarada como árdua, diante do quase inevitável medo que o ser humano possui do desconhecido. Neste sentido, a aceitação da globalização também passa por este caminho, com avanços e recuos, com maior ou menor presença da sociedade envolvida nesse processo. A globalização é uma realidade, produto de uma evolução social. Friedman (1999:132) afirma que:

A globalização não é uma escolha. É a realidade. Hoje existe apenas um mercado global, e a única maneira de crescer à velocidade desejada pelo seu povo é por meio do aproveitamento dos mercados globais de ações e títulos, da busca de empresas multinacionais que invistam no país, e da venda da produção das suas fábricas no sistema comercial global. E a verdade mais elementar sobre a globalização é a seguinte: Ninguém está no comando.

Os processos implícitos que atingem inúmeras áreas, em diferentes graus, dependem diretamente do estágio de desenvolvimento de cada região. Na informatização, porém, é mais facilmente reconhecida, através da rede mundial de computadores, capaz de aproximar, em tempo quase real, pessoas situadas em locais diferentes do globo, possibilitando, em princípio, um fluxo de informação com uma força jamais presenciada anteriormente. A revolução da informática proporcionou aos detentores do poder a capacidade de controle da economia mundial, através de um sistema informatizado financeiro mundial, onde todos seguem a economia capitalista e as políticas comandadas pelos países dominantes. Esta difusão acabaria gerando uma padronização no âmbito global, transpondo as fronteiras político-econômicas e promovendo uma determinada homogeneização cultural.

Sene (2004:159) aborda o tema globalização na ótica da reformulação da economia mundial. Para ele “esse novo cenário capitalista torna mais difícil a superação do subdesenvolvimento e mantém muitos países marginalizados da era informacional e da globalização econômica”.

Diante dos numerosos e crescentes avanços tecnológicos, somente as pessoas que possuem um maior nível de instrução, estão acompanhando esses avanços e são as beneficiadas, gerando a marginalização, falta de emprego pois, só a mão-de-obra qualificada é absorvida nesse mercado. Como absorver a mão-de-obra dos países subdesenvolvidos e a periferia nesse mercado capitalista? Essa é uma questão que futuramente deverá ser solucionada porque, caso contrário, a exclusão social será um problema irremediável e irreversível.

Milton Santos (1996) chama a atenção para o importante fato de que não há um espaço global, mas apenas espaços da globalização ligados por redes. Propõe que a globalização seja encarada como uma geografia de redes. Ora, as cidades globais são exatamente os pontos de interconexão privilegiados de rede de fluxos da globalização, do espaço de fluxos.

O grande desafio do momento contemporâneo é atingir uma estabilidade prudente entre a manutenção das identidades locais e o desenvolvimento necessário para sua inserção nos processos econômicos. É preciso que as identidades não se sintam ameaçadas, caso contrário, há chances de se rebelarem contra o sistema. É prioritário que haja certas normas nas relações entre as nações que assegure a manutenção dos direitos humanos. Neste sentido, o equilíbrio destes aspectos é fundamental para garantir a prudência necessária à globalização.

Em nível social, estamos em um processo de decomposição social onde a mundialização torna o mundo mais objetivo e a vida em sociedade volta-se ao individualismo. A globalização, portanto, faz surgir o despertar do “eu”, as pessoas vivem em um jogo de interesses porque esse individualismo se forma na necessidade de lutar contra o mundo, o poder. As desigualdades sociais, econômicas criam no sujeito uma busca defensiva para sobrevivência no espaço mundial. É a globalização da pobreza, afirma Santos B. S. (2002), e ela também resulta do desemprego, da destruição das economias de subsistência e da minimização dos custos salariais à escala mundial

3. Turismo

O turismo é uma das atividades econômicas que mais cresce no mundo, devido ao fato histórico da industrialização, redução da jornada do trabalho, remuneração e aumento do tempo livre. Atualmente, as pessoas buscam em seu tempo livre, em momentos de descanso o lazer, as viagens e, segundo Andrade (2000:11):

[...] a disparada do turismo nas últimas décadas do século XX é fruto de uma ampla teia que envolve as dimensões nas áreas de comunicação dos transportes mundiais, decorrentes da internacionalização das economias. Outra explicação para esse crescimento foram os avanços consideráveis alcançados por diversas regiões do mundo, como a abertura política, econômica e cultural da Rússia e dos países vizinhos da Europa ocidental, a consolidação do mercado asiático e o crescimento da Austrália e Nova Zelândia, ambas nações capitalistas desenvolvidas e com alto nível de qualidade de vida. Mesmo a América Latina emergiu, recentemente, uma consciência turística voltada para a valorização da oferta natural dos países do Cone Sul e para expansão dos mercados e PIBs nacionais.

A tendência do turismo no Brasil com a globalização é que haja um permanente crescimento devido à minimização das distâncias, aproximação entre os povos e o avanço tecnológico favorecendo ao crescimento de demanda por produtos e serviços diferenciados, ocasionando a

concorrência no setor e o desenvolvimento turístico local. (Giddens apud Hall 1998:67) ressalta que “a globalização implica distanciamento da idéia clássica de sociedade como forma de vida social ordenada ao longo do espaço e do tempo”.

Com o desenvolvimento da atividade turística, surgem ofertas de empregos que absorvem a demanda por turismo no Brasil e também propiciam o desenvolvimento de cidades que tornam-se turísticas, criando-se atrativos turísticos, cenários inventados.

Rodrigues (1999:12), ao abordar globalização sob o aspecto turístico e cultural, evidencia a importância da integração destes e também da identidade cultural local. Nesse sentido, afirma que:

O fenômeno da globalização, tal como uma moeda, tem duas faces- o verso e o reverso, que correspondem ao global e o fragmento- um não vive sem o outro. Fortalecer as diferenças- expressas pelo lugar- significa alimentar o global. O turismo vive das especificidades, uma vez que as pessoas se deslocam em busca do novo, do inusitado, da aventura, de um lugar- caracterizado pela sua força identitária.

Ao analisar o turismo na contemporaneidade, no âmbito global e nos fatores econômicos, políticos e sociais, nota-se os benefícios econômicos gerados pelo turismo, destinações turísticas desenvolvem-se cada vez mais, proporcionando opções de melhor qualidade de vida da população local, surgem ofertas de empregos e a inserção global. Através da internet é possível obter informações de qualquer local do mundo, com uma simples busca em um site de pesquisa obtêm-se inúmeras informações. Nem só da economia vive uma destinação, os fatores sócio-culturais e ambientais são relevantes, em razão de se constituírem em atrativos turísticos.

Sob a perspectiva do turismo como um fenômeno que move pessoas do mundo todo, gerando deslocamentos no globo, desenvolvimento contínuo e crescimento veloz, a OMT (Organização Mundial do Turismo), comprova através de pesquisas e dados estatísticos, divulgando que no ano de 2007 foi o melhor ano da história do turismo internacional no Brasil em relação aos turistas estrangeiros. O turismo, gerador de divisas, contribui de forma expressiva na economia mundial e tem participação expressiva na balança comercial, sendo o quinto em exportações.

O turismo quando realizado de forma sustentável, torna-se um fator importante para minimizar impactos sociais e econômicos na sociedade, proporcionando o desenvolvimento regional, qualidade de vida a sociedade, inclusão social e proteção ao meio ambiente.

4. Turismo e Cultura

A questão cultural é extremamente importante na sociedade, pois expressa a riqueza cultural dos povos, suas origens, identidades, hábitos, tradições que os diferenciam dos demais povos. Os primeiros estudos culturais foram os relatos de viagens, etnografia e antropologia. Através do etnocentrismo o pesquisador interpreta a cultura através da sua ética e do relativismo cultural o pesquisador interpreta uma cultura diferente da sua a partir da ética da cultura pesquisada.

O senso comum desmistificado pela antropologia aponta o determinismo biológico e geográfico. O determinismo biológico afirma que as diferenças genéticas não determinam diferenças culturais; qualquer criança humana pode ser educada em qualquer cultura; diferenças se explicam pela história cultural de cada um; divisão sexual do trabalho é determinada culturalmente. Por outro lado, através do determinismo geográfico existe uma limitação na influência geográfica sobre os fatores culturais; é possível e comum existir uma grande diversidade cultural em um mesmo local; grande qualidade da espécie humana foi a de romper com suas próprias limitações e dominar a natureza.

A lógica da cultura, do sentido, é que é uma dimensão da existência do homem. A cultura deve ser vista como um conjunto de práticas, experiências, que geram a construção de um saber e não apenas como uma atividade que garante retornos significativos para a economia de uma cidade. É necessário difundir um princípio de cidadania cultural. Uma cidade tem sentido quando tem uma história, uma identidade.

Arantes (1995) afirma que: “cultura é um processo dinâmico; transformações (positivas) ocorrem, mesmo quando intencionalmente se visa congelar o tradicional para impedir a sua “deterioração.” É possível preservar os objetos, os gestos, as palavras, os movimentos, as características plástica exteriores, mas não se consegue evitar a mudança de significado que ocorre no momento em que se altera o contexto em que os eventos culturais são produzidos.”

Quando os atrativos culturais tornam-se um bem de consumo em uma cidade, essa torna-se turística e a demanda gerada pelo turismo causa impactos na comunidade local, receptora do turista. Quando há turismo, altera-se o modo e ritmo de vida da população local, o turismo é sinônimo de agito e a rotina diária é alterada. Objetos, fatos, pessoas se relacionam e se estabelece um sistema de comunicação onde, a questão cultural é afetada na relação dos turistas com a comunidade receptora que possui suas próprias características, há uma diversidade cultural muito grande em nosso país.

Cada destinação apresenta uma realidade sócio-cultural peculiar e proporciona aos turistas e a comunidade local uma experiência cultural quando interagem, proporcionando novas experiências, ampliando e diversificando suas visões do mundo, quebrando barreiras.

As relações entre os turistas e a população local se estabelecem basicamente quando aqueles buscam informações, procuram adquirir bens e serviços e quando ambos compartilham espaços. A oferta de serviços, equipamentos e produtos torna-se um negócio, em que o turista é um consumidor e os empresários são vendedores. Essa relação de produção e de mercado decorre da prática do lazer por pessoas fora de suas cidades residenciais (BARRETTO, 2000).

Nesse sentido, Smith (1989 p.21) ressalta que:

El turismo cultural abarca lo “pitoresco” o el “color local”, los vestígios de una vida em proceso de extinción que permanece em la memoria humana com sus casas “antiguadas” sus tejidos artesanales, sus carros, carretas y arados tirados por caballos o bueyes, y sus artesanías y trabajos manuales ajenos a todas las técnicas industriales.

Quando há o encontro entre culturas, a antropologia define como “processo de aculturação”, nesse processo há um confronto cultural entre os turistas e os residentes locais, sendo o turismo o vetor desse encontro. Nesse confronto há uma demonstração cultural. Burns (2002:126) define o processo de demonstração cultural sendo:

O processo pelo qual as sociedades tradicionais, sobretudo aquelas particularmente suscetíveis a influências externas, como os jovens, tentarão “voluntariamente” adotar certos comportamentos (e acumular bens materiais), acreditando que sua posse levará a conquista do estilo de vida descontraído e hedonista demonstrado pelos turistas.

O turismo quando analisado sob o aspecto cultural, causa impactos positivos e negativos na comunidade da destinação turística. Ao mesmo tempo em que há o benefício econômico, social e cultural da atividade, também pode haver a perda da identidade cultural local. Esses efeitos vão refletir nas próximas gerações, que irão absorver outras culturas porque a cultura local vai sofrendo modificações ao longo do tempo. Mudam-se os hábitos, os valores e as formas de vida da sociedade. O turismo de massa é um grande causador dessa perda de valores, faz com que ocorra alteração no cotidiano, migrações para as destinações, descaracterização dos bens materiais e as produções são voltadas a sociedade de consumo.

O Brasil é um país que possui uma diversidade cultural, devido aos diversos imigrantes no país. A nível regional, cada localidade possui suas tradições culturais que forma a identidade do local. Os povos, de origens diversas, possuem suas características, história, hábitos, tradições e cultura, que são atrativos turísticos.

Falar da diversidade cultural, nesses tempos de globalização, parece em princípio muito simples. Por um lado, há profetas da modernidade anunciando aos quatro

ventos a fatalidade de um mundo homogeneizado, aplainado pela sociedade de consumo. Reproduzindo globo afora a retórica da política neoliberal, eles querem fazer acreditar que as forças estruturais levam Deus e todo o mundo a um ponto inexorável de convergência- econômica, política e social (...) Por outro lado, as organizações voltadas para a ação afirmativa de grupos minoritários deram novo visual a muitas caras antigas, lançando no mercado identidades pré-fabricadas prontinhas para as rugas políticas (Fonseca *in* Ashton,1999).

Essa homogeneização mundial que a globalização visa criar, se relaciona a sociedade de consumo, do mundo capitalista, da mundialização econômica e não refere-se à cultura da sociedade. Pois, o enfoque cultural é abrangente, analisa-se a estrutura social, a sociedade do indivíduo.

Para Ashton (2001:25)

A cultura pode ser analisada sob vários enfoques simultâneos: idéias (conhecimento e filosofia); crenças (religião e superstição); valores (ideologia e moral); normas (costumes e leis); atitudes (preconceito e respeito ao próximo); padrões de conduta (monogamia, tabu); abstração do comportamento (símbolos e compromissos); instituições (família e sistema econômico); técnicas (artes e habilidades) e artefatos (dos mais antigos como armas de pedras aos mais novos, como o telefone ou mesmo o computador).

Assim, a cultura caracteriza-se por esses enfoques citados acima e outro fator que diferencia a cultura entre os povos são as desigualdades sociais. Os impactos culturais são nítidos nos países mais ricos, cada vez mais a cultura norte americana e européia tenta invadir as demais, padronizando hábitos, modos de vida e comercialização de seus produtos. Ressalta-se que nesses países, atualmente, a herança cultural está sendo perdida em virtude da globalização, capitalismo, que perdem-se no tempo e espaço suas verdadeiras identidades, causando danos irreversíveis.

Para Ashton (2001:26)

À medida em que o mundo se torna mais complexo e se internacionaliza a questão das diferenças se recoloca e há um intenso processo de construção de identidade. Se a unificação nacional ocorrida no passado se mostrou contrária à manutenção de diversidades regionais culturais, o mundo está em parte assistindo justamente a afirmação das diferenças.

Se há a tentativa da mundialização cultural, do domínio dos países mais poderosos, por outro lado, há uma contradição por parte dos países menos favorecidos em preservar sua identidade cultural e revalorizar seus hábitos e tradições. A identidade cultural é vista como uma forma de identidade coletiva característica de um grupo social que partilha as mesmas atitudes e, está apoiada num passado com um ideal coletivo projetado. Ela se fixa como uma construção social estabelecida e faz os indivíduos se sentirem mais próximos e semelhantes.

O processo de revalorização das particularidades e dos localismos culturais é inegável no atual momento histórico social. Ao mesmo tempo em que são incorporados costumes e valores de outras culturas aos hábitos do cotidiano, em todas as latitudes, os localismos voltam a ser valorizados. Há uma busca das particularidades e o senso de diferença se intensifica cada vez mais em todas as regiões do planeta.

Segundo Mafessoli (1996), a cultura é um produto social, e como tal, é um processo contínuo de criação e recriação; portanto, não é estática, pode ser mutável. No sentido em que a cultura é uma característica da sociedade, que provêm de origens históricas, criando uma identidade cultural grupal, no processo de integração social, ocorre à troca cultural. Por um lado, o turismo contribui para reforçar a identidade cultural da comunidade receptora. Com a atividade turística, são desenvolvidos produtos turísticos, fonte de renda para a população local e, se a comunidade entende o turismo como fomentador, contribuirá para o crescimento. Os turistas buscam o contato com a população local, querem a absorção da cultura local, troca de experiências e conhecimentos.

Grünewald (2003:2) ao abordar sobre o turismo enfatiza que:

Turismo indica movimento de pessoas que não estão ao trabalho em contextos diferentes do de sua origem, seja este o lar, a cidade ou o país. Trata-se, geralmente, de visitação a lugares onde poderão ser desempenhadas as mais variadas formas de atividades práticas e/ou subjetivas desde que não o trabalho.

Mafessoli (1996:96) afirma que a “cultura pode ser entendida como o mecanismo que integra o indivíduo a um conjunto de práticas, de costumes, de representações construtivas de seu ambiente social”. No interagir da sociedade é que se forma a identidade cultural do indivíduo. As identidades culturais tornam-se um atrativo para o turismo, o turista busca a autenticidade do local em seus deslocamentos, mas nem sempre essa relação é favorável a comunidade local porque ao mesmo tempo em que pode ser uma experiência positiva e inédita ao turista pode ser frustrante ao receptor. Neste sentido, Hall (2003:248) adverte que:

O que vem ocorrendo freqüentemente, ao longo do tempo, é a rápida destruição de estilos específicos de vida e sua transformação em algo novo. As transformações situam-se no centro do estudo da cultura popular. A transformação cultural é um eufemismo para o processo pelo qual algumas formas e práticas culturais são expulsas do centro da vida cultural e ativamente marginalizadas. Em vez de simplesmente cair em desuso, através da *longa marcha* para a modernização, as coisas foram ativamente descartadas para que outras pudessem tomar seus lugares. Contudo, as transformações situam-se no centro da cultura popular e são a chave de um longo processo de moralização das classes trabalhadoras e de reeducação do povo. A cultura popular não é, num sentido puro, nem as tradições populares de resistência a esses processos, nem as formas que as sobrepõem. É o terreno sobre o qual as transformações são operadas. Como uma área de séria investigação histórica, o estudo da cultura popular é como o estudo da história do trabalho e de suas instituições.

Hall (2006), considera que a identidade nacional é diferente da identidade genética a qual nascemos. Pois a identidade nacional é construída e transformada no interior da representação. Representação esta, que busca compor uma identidade universal. A vida nas nações é criada através da imaginação buscando o sentido de pertencimento.

Pensar que somos brasileiros, ingleses, italianos ou pertencente a qualquer outro país, conforme o que apresenta a árvore genealógica de cada pessoa, não torna as pessoas cidadãs ou cidadãos globalizados. A perpetuação da herança não deixa de ser uma forma de manter em segurança os genes.

Baseado nisso, Hall (2006:52) discute a cultura nacional em cinco narrativas:

A primeira discute a *narrativa das nações*. As histórias contadas pelos antepassados para dar forma à história da nação enquanto histórico. Narrativas passadas, rituais, mitos. Para autenticar o cidadão dentro de seu espaço original e originário. Como mostrar como é o brasileiro no Brasil.

A segunda discute *as origens da continuidade, tradição e intemporal idade*. A nação possui sua história própria de vida e precisa ser contada e recontada para garantir a perpetuação das tradições.

A terceira discute *a invenção da tradição*. Mostra valores, comportamentos, também repetidos e demonstrados através de gerações.

A quarta discute *o mito funcional*. De onde veio este povo, como foi o seu passado, suas glórias, suas lutas, batalhas.

A quinta e última discute *a identidade nacional*. Baseada simbolicamente no folclore. As histórias mitificadas. Na tentativa de manter viva a herança do coletivo passado.

Ayala e Ayala (2003) em suas análises sobre a cultura popular no Brasil, definem que “ a expressão cultura popular, sinônimo de cultura do povo, permite visualizar mais facilmente um aspecto que nos interessa ressaltar: o de ser uma prática própria de grupos subalternos da sociedade”. A cultura da sociedade é a identidade nacional, onde as pessoas se auto-afirmam porque uma cultura tem um precedente histórico, suas origens são do passado, suas manifestações são históricas e heranças familiares, mesmo que se modifiquem com o tempo, sofrem alterações. Assim, a cultura popular é vista como um produto, bens culturais.

Os bens culturais, identidades e diversidades, tornam-se atrativos turísticos, produtos de consumo, que contribui para o desenvolvimento do turismo no local, ocorrendo benefícios a comunidade local, com o montante financeiro da atividade são realizados investimentos no

local, infra-estrutura, necessidades básicas, geração de empregos, aumento de ganhos e rendas, e conseqüentemente, a qualidade de vida.

Através da atividade turística, da valorização cultural nas destinações, os patrimônios culturais vem ganhando espaço nesse cenário, onde surge a revitalização do patrimônio histórico-cultural.

Choay (2001:207) define patrimônio cultural da seguinte ótica:

Monumentos: obras de arquitetura, escultura e pinturas monumentais, elementos ou estruturas de natureza arqueológica, inscrições, cavernas e combinações destas que tenham um valor de relevância universal do ponto de vista da história, da arte ou das ciências; Conjunto de edificações: conjunto de edificações separadas ou conectadas, as quais, por sua arquitetura, homogeneidade ou localização na paisagem, sejam de relevância universal do ponto de vista da história, da arte ou das ciências, Sítios: obras feitas pelo homem ou pela natureza e pelo homem em conjunto, e áreas que incluem sítios arqueológicos que sejam de relevância universal do ponto de vista da história, da estética, da etnologia ou da antropologia.

Barretto (2000:11) nesse sentido, afirma que:

O patrimônio deixou de ser definido pelos prédios que abrigaram reis, condes e marqueses e pelos utensílios a eles pertencentes, passando a ser definido como o conjunto de todos os utensílios, hábitos, usos e costumes, crenças e forma de vida cotidiana de todos os segmentos que compuseram e compõem a sociedade.

A preservação e conservação dos patrimônios culturais e dos bens culturais tangíveis é fundamental para o desenvolvimento do turismo porque representa um atrativo turístico, impulsionando o deslocamento de pessoas do mundo inteiro, beneficiando a localidade e também, conservando-a e fomentando o enriquecimento cultural.

O patrimônio quando transformado em bem de consumo, perde seu valor no espaço-tempo e são “criados”, inseridos mais atrativos para o consumo. Essa revalorização do bem cultural turístico torna-se positiva porque muitas vezes, esses bens passam a ser conservados, restaurados e investidos economicamente.

5. O Caso de Salvador (Bahia)

A primeira capital do Brasil colônia, Salvador, possui a sua história a céu aberto e também uma mistura de raças, culturas e credos que atrai turistas o ano inteiro. Relíquias e monumentos que contam a história do país são atrativos da capital da Bahia. Salvador é considerada a capital cultural do país, pelas suas características singulares, famosa por sua história, pelo legado deixado por povos de outros continentes, pela miscigenação cultural, pelo sincretismo religioso e pelo povo baiano.

As ruas do centro histórico de Salvador transportam os turistas para os primórdios da história do Brasil. Até 1763, Salvador foi a capital da coroa portuguesa nas Américas, destacando-se, também, como o principal porto do Hemisfério Sul até o século VIII. O Centro histórico, o Mercado Modelo, o elevador Lacerda, a Praça Visconde de Cairú, são os principais atrativos da cidade baixa e localizam-se próximos a entrada do porto, sendo uma visita obrigatória. Através do elevador Lacerda construído em 1873, chega-se a cidade alta, de frente a Praça Tomé de Souza e próximo ao Pelourinho, bairro tombado pela UNESCO como Patrimônio da Humanidade. No pelourinho se concentram museus, bares, restaurantes, lojas, além de templos católicos como a Igreja de São Francisco, considerado o monumento barroco mais rico do país, que no seu interior é revestido de ouro. No Farol da Barra, construído para proteger a Baía de Todos os Santos, fica o Forte de Santo Antônio, espaço que abriga o Museu Náutico da Bahia que oferece espaço para visitas monitoradas.

Salvador possui atrativos culturais riquíssimos que contam a história do país e a identidade cultural está visível nas ruas, onde fica explícito as tradições, credos, vestimentas, gastronomias baianas e além das belas praias em toda a baía. Salvador, pólo cultural, atrai milhares de turistas do mundo inteiro que visitam a cidade em busca de uma experiência cultural, seja em suas áreas culturais, festas populares, tradição, religiosidade.

A globalização, portanto, beneficia a identidade cultural da Bahia e potencializa o turismo local, atraindo brasileiros e estrangeiros.

Conclusões

O turismo em um sentido amplo, é um fenômeno social e por outro lado, é visto como um impulsionador econômico, como um negócio. Porém, não pode ser analisado isoladamente, deve ser visto na atualidade. Esse turismo contemporâneo, marcado pela globalização, que se caracteriza pelo intercâmbio mundial, livre comércio e circulação de bens e pessoas, é favorável a cultura porque integra os indivíduos nas combinações de espaço-tempo. O mundo deve ser visto como um só lugar e a interconexão mundial que promove o diálogo entre as nações, o reflexo da modernidade. O turismo é um elo de ligação entre o mundo e a cultura, que possui características intrínsecas. Falar em globalização é falar em um processo não somente de âmbito econômico, mas também social, político e cultural gerador da

aproximação entre os indivíduos de todo o planeta. Esta aproximação tem a ver com a rapidez de transformação e velocidade de informação no mundo contemporâneo e conseqüentemente, a diminuição do espaço global. Seu avanço traz mudanças drásticas na forma da organização mundial porque se trata de um processo irreversível e inevitável que acaba por encurtar as distâncias, tornando as relações mais velozes e eficientes.

O caso Salvador (Bahia) é um exemplo de sucesso onde os atrativos culturais potencializam o turismo, atraindo turistas de diversos países para conhecerem a demonstração cultural do povo baiano.

Os cenários do turismo, recursos naturais, sociais e culturais no espaço global, portanto, sofrem mudanças com a expansão da globalização. A cultura como atrativo turístico é cada vez mais valorizada no espaço mundial e contribui para o crescimento de destinações que se tornam turísticas. O planejamento turístico e o desenvolvimento sustentável são as únicas maneiras da atividade se desenvolver ordenadamente, preservando-a como herança para as gerações futuras. A globalização contribui para a potencialização do turismo e por meio deste, manifestações e localidades são valorizadas, patrimônios históricos e culturais são conservados, restaurados e revalorizados, afirmando a identidade cultural local.

Um dos impactos negativos do turismo é a desordenação do mesmo, falta de planejamento que a longo prazo produz efeitos irreversíveis ao meio ambiente, cultura e a sociedade. Por outro lado, com o turismo, há o desenvolvimento local, valorização dos bens culturais. Porém, o turismo se desenvolvido de forma sustentável, promoverá o desenvolvimento local, sendo essa a única maneira para garantir os atrativos para gerações futuras.

Referências Bibliográficas

- ARANTES, Antonio Augusto. **O que é cultura popular**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1995.
- ASTHON, Mary S. Guerra. (org.). **Turismo: sinais de cultura**. Novo Hamburgo: FEEVALE, 2001.
- BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural**. Campinas-SP: Papirus, 2000.
- BURNS, Meter. **Turismo e antropologia: uma introdução**. São Paulo: Chronos, 2002.
- AYALA, Marcos e Maria Inez N. Ayala. **Cultura Popular no Brasil: perspectiva de análise**. São Paulo: Atica, 2003.
- BAUMAN, Zigmunt. **Globalização: as conseqüências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Ed., 1999.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 3.ed. São Paulo: SENAC, 2000.
- _____. **Globalização do Turismo: Megatendências do Setor e a Realidade Brasileira**. São Paulo: Aleph, 2003.
- CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio**. Trad. Luciano Vieira Machado. São Paulo: Ed. da UNESP, 2001.
- FRIEDMAN, Thomas L. **O Lexus e a Oliveira**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.
- GRÜNEWALD, Rodrigo de Azeredo. 2003. *Revista Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, ano 9, nº 20, p.141-159, outubro de 2003.
- HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- _____. **Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro. DP&A, 2006. 11ª Ed.
- MAFESSOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996.
- MINC, Alain. **Vantagens da Globalização**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.
- RODRIGUES, A. (org.) **Turismo, modernidade e globalização**. São Paulo: Hucitec, 1999.
- SANTOS, B. S. (org) **A globalização e as ciências sociais**. 2. ed. SP: Cortes, 2002.
- SANTOS, Milton. **A Natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Hucitec, 1996.
- SENE, Eustáquio de. **Globalização e Espaço Geográfico**. São Paulo: Contexto, 2.ed, 2004.
- SMITH, Valene. **Anfitriões e convidados**. Antropologia del turismo. Madrid: Endymion, 1989. Tradução: Jesús Prado e Miguel Martinez Lage.
- <<http://www.turismo.gov.br>> Acesso em: 02/01/2008