



Sensacional!

Gestão de turismo, cultura e identidades religiosas: ensaio de um novo conceito com base na compreensão do território

Tourism management, culture and religious identities: essay of a new concept by the understanding of the territory

Siegrid Guillaumon¹

Resumo

O turismo tem sido entendido por organismos internacionais como atividade com grande potencial para promover o desenvolvimento econômico e, ao mesmo tempo, valorizar a cultura e fomentar a preservação das paisagens naturais. Na Bahia, acompanhando as diretrizes nacionais e internacionais, o turismo passou a ser entendido como uma indústria com grande potencial para gerar empregos e divisas, e é fortalecido por meio da promoção da diversidade cultural que está associada ao sincretismo religioso entre candomblé e catolicismo. Para compreender a gestão do turismo, no contexto que articula cultura, religião e desenvolvimento territorial, neste ensaio teórico, apontam-se limitações nos dois conceitos disponíveis na literatura: o conceito de turismo cultural e o de turismo religioso. Propõe-se, então, um novo: o conceito de 'turismo em territórios de grande densidade religiosa'. Pelo ensaio interdisciplinar, mobilizando entendimentos do campo da antropologia e da geografia para a gestão, conclui-se que a discussão teórica conduzida tem um potencial explicativo para o turismo em outras escalas territoriais e contextos nacionais

Palavras-chave: gestão do turismo, religião, cultura e identidade, desenvolvimento territorial

¹ Doutora em Administração e mestre em Administração pelo Núcleo de Pós-Graduação em Administração (NPGA) da UFBA; graduada em Administração de Empresas pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FEA) da Universidade de São Paulo; pesquisadora do Núcleo de Planejamento e Gestão da Cultura e do Turismo (NCTur) na área de gestão do turismo para o desenvolvimento territorial.

Abstract

Tourism has been perceived by international organizations as an activity with great potential to promote economic development, as well as to enhance cultures and the preservation of natural landscapes. In Bahia State, Brazil, according to the national and international guidelines, tourism is understood as an industry with great potential to generate jobs and revenue, and is strengthened through the promotion of cultural diversity that is associated with the syncretism of Catholicism and Candomblé religions. To understand the management of tourism in the setting that combines culture, religion and territorial development, this essay points out limitations in both theoretical concepts available in the literature: the concept of cultural tourism, and the concept of religious tourism. A new concept is proposed: 'tourism in territories of high religious density'. This interdisciplinary essay engages the understanding of the fields of anthropology and geography for management. It concludes that the theoretical discussion has an explanatory potential for the tourism activities in other territorial scales and contexts.

Key words: tourism management, religion, culture and identity, territorial development

1. Reflexões sobre a relação entre gestão de turismo e identidade cultural na Bahia

Nas últimas décadas, o turismo tem sido entendido como uma atividade econômica com potencial para desenvolver territórios, especialmente aqueles que se particularizam por riquezas naturais ou culturais e apresentam grandes populações de baixa renda. No Brasil, por esse entendimento, fundamentam-se os esforços do setor público e do privado que são empreendidos nas diversas regiões do País por meio de programas governamentais de fomento à atividade turística e que abrangem desde a legitimação de instituições de ordenamento do turismo, até a realização de investimentos financeiros.

No Departamento de Planejamento e Avaliação do Ministério do Turismo, optou-se pela adoção de um modelo de gestão turística descentralizado, executado por meio de macroprogramas que desenvolvem ações em parceria com órgãos públicos e empresas privadas (<http://www.turismobrasil.gov.br>; recuperado em: 9 jan. 2009). Ainda que não explicita exatamente como essa concepção é colocada em prática, o modelo seria orientado por um pensamento estratégico que é o de desenvolver a atividade turística de forma sustentável para gerar divisas, empregos, e incluir as comunidades e os territórios nos processos de produção e consumo do turismo. Além de desenvolver uma oferta para turistas nacionais e internacionais, essa estratégia estaria centrada na promoção da diversidade histórico-cultural do País, criando e fortalecendo uma marca: a 'brasilidade'.

Em consonância com o modelo nacional de gestão do turismo, no estado da Bahia, vem-se adotando, nos últimos anos, o turismo como uma das principais estratégias de desenvolvimento territorial. Por essa estratégia, considera-se a riqueza da paisagem natural (praias e serras) e entende-se o turismo como uma atividade econômica com grande capacidade de gerar empregos no estado. Ainda na década de 1990, elaborou-se o Programa de Desenvolvimento do Turismo (Prodetur), macroprograma no qual a Bahia se inseriu, mobilizando recursos financeiros nacionais e estrangeiros. Por meio da definição de polos estratégicos de turismo, no litoral e no interior do estado, priorizaram-se os investimentos em infraestrutura de acesso, como estradas e aeroportos. Divulgaram-se os cinco polos prioritários de turismo da Bahia (Centro Histórico de Salvador, Chapada Diamantina, Costa do Dendê, Costa do Cacau, Costa do Coco), nos mercados nacionais e internacionais, como destinos de turismo 'cultural', de 'sol e praia', ou 'ecoturismo' (ALBAN, LOIOLA, DANTAS e ALMEIDA, 2001; GUILLAUMON e ALBAN, 2006).

A Bahia é o estado com a maior população afrodescendente. Em terras baianas, encontraram-se, no passado, as populações nativas indígenas com as populações africanas e europeias (especialmente portugueses e espanhóis) que trouxeram nova cultura, seus valores e modos de vida. Amalgamou-se o que hoje está traduzido em um tecido cultural muito particular, fortemente associado à religiosidade do território, ao sincretismo religioso, à materialidade dos artefatos sagrados, rituais e totens pelos quais determinadas religiões se expressam.

Aqueles que visitam a Bahia entram em contato com um território que traduz sua trajetória histórico-social de diversas formas. Por exemplo, em Salvador, que é uma península, os turistas podem atravessar de *ferry boat* a baía que foi denominada '**de Todos os Santos**'; chegar a **Bom Despacho**², na ilha de Itaparica; encontrar e comprar **balangandãs**³, esculturas de **caboclos**⁴ e imagens de **orixás** no Mercado Modelo; visitar a feira de **São Joaquim**⁵ onde são vendidos os elementos para preparação dos rituais de **candomblé**⁶; adentrar algumas das mais de 360 **igrejas** católicas (muitas de estilo barroco colonial); participar das festas de **Iemanjá**⁷, de **santa Bárbara (Iansã)**, da lavagem das escadarias da **Igreja do Senhor do Bonfim**; comer acarajé, vatapá, caruru, e outras tantas **comidas de 'santo'**. Na maioria das vezes, não percebem que consumiram uma série de elementos religiosos. Apenas alguns turistas encontram os caminhos dos terreiros de candomblé e descobrem seus orixás por meio dos jogos de búzios. É comum que os visitantes voltem para casa com seus desejos bem amarrados em

² Do Despacho é a oferenda realizada aos orixás (deidades na mitologia iorubá africana) como parte da ritualística do candomblé (religião afro-brasileira).

³ Peças feitas de prata que funcionam como amuletos que são símbolos característicos dos orixás.

⁴ Entidades espirituais indígenas remotas que aparecem no sincretismo das religiões presentes no Brasil.

⁵ Santo católico.

⁶ Especialmente mantimentos para preparo das comidas de devoção, como caruru, vatapá, acarajé.

⁷ Iemanjá, Iansã, Ogum, Oxumarê, Oxóssi são alguns dos orixás iorubás que foram correlacionados a santos católicos no processo histórico de sincretismo religioso.

fitinhas do Senhor do Bonfim. Assim, podem interagir com uma totalidade religiosa presente no território, consumir cultura material, ou imaterial, vivenciar os encantos da religiosidade sincrética, síntese da tolerância e resistência das religiões. No entanto, ainda se disponibilizam para eles poucos recursos informativos que facilitem a compreensão da complexa expressão das culturas locais.

Em determinados destinos turísticos no mundo, reconhece-se o potencial da identidade cultural para a criação de produtos turísticos que atraiam grandes contingentes de visitantes e sejam capazes de empreender um ciclo virtuoso em que o turismo acaba funcionando como um mecanismo de fortalecimento das identidades territoriais (BURNS, 2002; FABARÉ, 2005; SENTÍAS, 2006). Em outros destinos turísticos, como é o caso da Bahia, ao não se reconhecer o potencial identitário e não se desenvolverem mecanismos apropriados de tradução e afirmação da cultura, incorre-se em processos de descaracterização cultural como consequência do turismo. Isso se relaciona com a história do turismo no estado e com os aspectos do desenvolvimento do turismo que foram priorizados, conforme será apresentado.

Até a metade do século XX, praticava-se o turismo na Bahia de forma incipiente, com seu fluxo resumido a temporadas de veraneio em residências secundárias próximas aos grandes centros. Segundo Alban (2004), a partir dos anos 1950, esse quadro se transforma, com suas causas ligadas ao avanço da industrialização, da urbanização e da modernização da infraestrutura de transportes. Cresce, assim, a demanda por entretenimento, levando o turismo a diversificar-se. Nessa época, surgem os hotéis voltados para o lazer, tanto em municípios costeiros, como em centros urbanos.

Na década seguinte, marcada pela instauração dos governos militares, o turismo ganha uma série de incentivos governamentais, deixando de ser uma atividade exclusivamente privada. Com a criação da Empresa Brasileira de Turismo (Embratur), em 1966, o turismo desenvolve-se por meio de financiamentos e participação acionária na expansão da rede hoteleira e na implantação de centros de convenção. Conforme observa Prosérpio (apud ALBAN, 2004), o segmento de turismo não foge à estratégia da política econômica vigente, em que o setor público é o principal incentivador de novos setores econômicos, oferecendo facilidades à entrada de capitais e determinando a expansão de redes de hospedagem locais e internacionais. Até então, o turismo era planejado como uma nova indústria a ser desenvolvida, pouco englobando as preocupações com a cultura ou as manifestações religiosas.

Nos anos 1980, toda a economia brasileira vivencia grandes oscilações, e o turismo baiano não se desvia da rota de turbulências geradas pela crise fiscal do estado, pelos surtos inflacionários e planos de congelamento de preços. O cenário turístico passa por novas transformações radicais com a implementação do Plano Real na década de 1990. Além da estabilização dos preços conseguida pelo plano, a sobrevalorização do real traz impactos diretos no turismo

emissivo internacional, que acumula um expressivo déficit até o final da década. Essa época ainda é marcada por reformas no aparelho do estado, ocasionando processos de desestatização em diversos setores e praticamente eliminando a participação direta do estado na economia. No turismo, implicou privatização de hotéis até então estatais (GUILLAUMON, 2007).

Caberia assim ao estado coordenar o processo de expansão do setor turístico, bem como pensar e implementar as estratégias de marketing institucional, suprir a infraestrutura de transporte e energia, e de apoio urbano, mantendo-se, por meio de bancos de fomento, como financiador de longo prazo. Enquanto isso, o setor privado garantiria a expansão da capacidade hoteleira e toda a estrutura correlata de centros de convenções, entretenimento e lazer.

É durante as décadas de 1980 e 1990 que o turismo vive, no mundo, um grande apogeu. Nesse cenário, e acompanhando a percepção dos organismos internacionais, passa-se a ver o turismo como um importante aliado para o processo de desenvolvimento sustentável, principalmente em países e regiões periféricas. Dessa forma, na Bahia, também se passa a entender, nessa época, o turismo como um setor economicamente ideal. Alban (2004) pontua:

Em outras palavras, pode-se dizer que, a partir de meados dos anos 1990, o turismo passou a ser entendido, por todos, como uma rota natural e fácil para o rápido e equilibrado desenvolvimento sustentável [...] Paralelamente, e sempre com o apoio de organismos internacionais, o governo atuará também na recuperação de vários sítios e centros históricos, bem como na implantação de inúmeros equipamentos culturais.

Assim, o turismo adquire um novo status na maioria dos governos estaduais, conquistando uma pasta própria, o que facilitou as negociações com organismos financiadores internacionais, como o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e o Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento (BIRD), que viriam a financiar, em conjunto com os governos estaduais e o federal, a expansão da infraestrutura para o turismo, e a criar o Prodetur (GUILLAUMON, 2007).

Ainda que o turismo se tenha recentemente envolvido com a preocupação de culturas sob o conceito de sustentabilidade, ao que parece, na Bahia, pelas estratégias empregadas, vem-se promovendo o desenvolvimento de uma forma de turismo que está, aparentemente, desvinculada do reconhecimento de sua particularidade cultural/religiosa — daquilo que define e diferencia a identidade do território e se traduz de forma tão evidente nas diversas dimensões sociais ali presentes.

Isso se evidencia, por exemplo, quando se analisam as informações que o turista recebe sobre o lugar que está visitando: são raras aquelas que explicam a formação social religiosa da Bahia, ou sequer reconhecem o sincretismo. O site oficial do turismo na Bahia

(<<http://www.turismo.salvador.ba.gov.br>>; recuperado em: 20 jan. 2010), embora apresente imagens associadas à religiosidade — a maioria delas de igrejas católicas —, não traz qualquer referência ao candomblé e às contribuições africanas ao território. Quando menos informações para viabilizar a visita a um dos 19 terreiros de candomblé⁸ tombados como patrimônio cultural. Sobre as religiões indígenas ancestrais, embora a imagem do caboclo esteja no centro de uma das principais praças da cidade (Campo Santo), nada se informa sobre a importância desses grupos sociais nos sites institucionais de turismo. Outro fato curioso é que a história da Bahia começa a ser narrada apenas após a chegada dos portugueses, o que serve para confirmar a ideia de que o que se apresenta como turismo religioso é, na verdade, o turismo para visita a templos católicos, que são apenas parte da construção da identidade cultural religiosa da Bahia.

Constatações como essas fundamentam suposições de que, no estado da Bahia, o potencial histórico-cultural estaria sendo vivenciado com muitas limitações pelo visitante, e que, além disso, processos de perda das identidades cultural e religiosa já estariam em curso como uma das consequências do turismo. Como a valorização da diversidade cultural é um dos elementos estratégicos no modelo de planejamento do turismo no Brasil e entendendo-se que a religiosidade constitui um evidente traço cultural da Bahia, surge a inquietação para a qual este ensaio se direciona: Por que o turismo estaria sendo planejado de forma desvinculada da identidade territorial na Bahia?

Neste ensaio teórico, portanto, tem-se por fim desvendar as limitações localizadas nos conceitos do turismo cultural e do religioso, as quais podem estar sustentando vieses na concepção, no planejamento e no desenvolvimento do turismo, especialmente no que se refere à relação com as identidades cultural e religiosa. Assim, inicia-se com a apresentação de pesquisas nacionais e internacionais realizadas sobre essa temática interdisciplinar, para, em seguida, compreender as armadilhas implicadas nos conceitos do turismo cultural e do religioso, e, finalmente, elaborar um conceito contextualizado na realidade brasileira para a compreensão dessa atividade: **turismo em territórios de grande densidade religiosa.**

⁸ Espaços sagrados onde são realizados os rituais de candomblé.

2. Investigações na fronteira da gestão do turismo, cultura e religião

O fenômeno turístico observado na Bahia, que mobiliza este ensaio teórico, estaria englobado na inter-relação entre as temáticas de gestão de turismo, desenvolvimento, religião e cultura. Realizou-se uma exploração inicial sobre as pesquisas recentes dessas temáticas no Banco de Teses do Portal de Periódicos da Capes e em alguns periódicos de abrangência internacional. Com os termos conjuntos 'turismo religioso', encontraram-se 76 teses e dissertações, entre as quais se destacam as teses que estudam casos de romarias. Magalhães (2007) estuda a romaria em homenagem a São Francisco das Chagas, em Canindé-CE, trazendo a abordagem da geografia cultural. Pinto (2006), em sua tese, trata de aspectos históricos urbanos e do perfil do romeiro em Aparecida do Norte-SP e tem por objetivo compreender os elementos que fortalecem o turismo religioso nos territórios. Seu enfoque analítico também é o da geografia. Marinho (2008), por sua vez, estuda o turismo no santuário de São Severinho, no município de Paudalho-PE. A abordagem é da geografia humana, e ele estuda os deslocamentos espaciais entendidos como parte de uma rede geográfica do sagrado, que interliga diversos centros de devoção naquele estado. Já nos estudos de Freo (2007), que têm cunho no campo da administração, entrelaçam-se as temáticas de planejamento estratégico, desenvolvimento territorial e turismo. Santos (2006) e A. M. Castro (2008) têm em comum, em suas teses, o fato de estudarem territórios urbanos, especialmente os centros históricos — no primeiro caso, o município de Olinda-PE, e, no segundo, São Luiz do Paraitinga-SP. Em ambas, há enfoque de uma aglomeração do que se denomina turismo histórico, artístico, religioso e cultural, e dos impactos que essas atividades causam para esses espaços urbanos.

Nas teses mencionadas até então, há revelações, como: a) a recorrência das abordagens geográficas para tratar do turismo religioso; b) a possibilidade das contribuições do campo da gestão para o turismo religioso já que essa perspectiva ainda é mais rara; c) a interdisciplinaridade entre cultura, geografia e gestão como possibilidade de perspectiva para o estudo do turismo nos territórios; d) a esfumada fronteira entre cultura e religião quando se estuda o turismo nos territórios sagrados.

Refinou-se a pesquisa com os termos 'turismo religioso Bahia', de que se encontraram apenas cinco estudos. Em dois deles, relacionam-se elementos culturais da culinária baiana e turismo (E. V. JESUS, 2002; XAVIER, 2007); em um, versa-se sobre impactos sociais gerados pelo turismo (AMARAL JUNIOR, 2008); e, em duas teses, trata-se efetivamente da relação entre turismo e celebrações culturais de cunho religioso: "A Irmandade da Boa Morte: intervenção e turistização da festa em Cachoeira" (A. A. CASTRO, 2005) — assim, tecem-se reflexões sobre rupturas e justaposições causadas pelo diálogo entre o turismo e a celebração religiosa — e

“Cultura e turismo na contemporaneidade: as festas populares religiosas baianas” (COIMBRA DE SÁ, 2007), em que se analisa de que forma a cultura é utilizada para promoção do produto turístico baiano, e qual o papel das festas populares religiosas nesse processo.

Ao pesquisar-se o sintagma ‘turismo cultural desenvolvimento territorial’, surgem trinta resultados no banco de teses. Desses resultados, emergem duas novas constatações: a primeira é que foram encontrados alguns estudos sobre o desenvolvimento do turismo em territórios indígenas (D. L. JESUS, 2004; LACERDA, 2004; OLIVEIRA, 2007) e cujas temáticas perpassam a degradação da cultura indígena relacionada com a ocupação territorial e com a presença do turismo como equivocado ideário da sustentabilidade entre etnias locais; a segunda é que há apenas três estudos que analisam o turismo cultural na Bahia. Lessa (2007), em sua tese, traz análises cunhadas no campo da geografia e enfoca ameaças à sociobiodiversidade da zona estuarina da Costa do Dendê, caracterizada pela presença de comunidades de pescadores artesanais e quilombolas. Sotratti (2005), em seu estudo, também no campo da geografia, tece reflexões sobre ‘As ladeiras do Pelô’ e a definição de produtos turísticos, analisando estratégias de requalificação urbana e sua associação com interesses de grupos econômicos e sociais situados nas escalas local e global. No terceiro estudo, Pereira (2008) tece um trabalho interdisciplinar em que procura entender como a ampliação dos complexos hoteleiros na Costa dos Coqueiros, associada às políticas públicas que trazem ‘um discurso’ da sustentabilidade, modifica a paisagem no que se refere a seus valores naturais e culturais.

Por essa breve incursão na produção científica brasileira, busca-se apontar quão timidamente se desenvolvem reflexões sobre o turismo nos territórios indígenas. As abordagens da geografia parecem prevalecer nos estudos sobre turismo, cultura e desenvolvimento territorial, e, embora a Bahia seja um território projetado no mercado turístico por sua riqueza na diversidade cultural, ainda há poucas reflexões sistemáticas neste binômio cultura/turismo sobre a Bahia. Identificou-se, ainda, uma tendência a prevalecerem estudos de caso em que o turismo religioso está associado às celebrações e rituais de matriz religiosa católica, tendo sido encontrados, em pequeno número, estudos sobre turismo religioso relativo às religiões de matrizes indígena e africana no Brasil.

Uma imersão na produção internacional também se mostrou reveladora. O periódico internacional *Tourism Management* apresentou, em outubro de 2009, uma lista contendo os 25 artigos mais procurados no período de um ano. Apenas em um artigo trata-se da temática do turismo étnico; há outro sobre a relação entre turismo e desenvolvimento territorial. Dezesete deles estão inseridos no campo dos estudos de mercado (marketing, estratégia, risco e segmentação). Tal constatação sobre um dos principais periódicos internacionais da área desperta algumas inquietações: a) a escassez dos estudos que aproximam cultura e turismo que, por um lado, apontam uma importante lacuna a ser suprida e, por outro, a dificuldade de

desenvolver a perspectiva teórica na fronteira entre administração e turismo; b) a expressividade dos estudos de mercado, apontando uma saturação e repetitividade e, ao mesmo tempo, a facilidade de replicar estudos de caso nessa perspectiva. Tais comprovações apontam a lacuna existente sobre as reflexões multidisciplinares da antropologia e da geografia em seu diálogo com o campo da gestão do turismo.

Pesquisaram-se os termos conjuntos 'religious tourism' na página *Science Direct*⁹ (<http://www.sciencedirect.com>; recuperado em: 28 out. 2009); e encontraram-se 355 artigos no *Annals of Tourism Research*, 193 artigos no *Tourism Management*, 51 no *Futures* e 48 no *Geoforum*. Quanto ao ano de publicação, há o seguinte cenário:

Tabela 1: Breve análise das publicações internacionais sobre turismo religioso

Ano	Quantidade	Percentual do total de artigos encontrados no período	Crescimento percentual com relação ao ano anterior
2009	201	16%	26,4%
2008	159	12%	6%
2007	150	12%	5%
2006	143	11%	27,7%
2005	112	9%	13%
2004	99	8%	5%
2003	94	7%	6%
2002	88	7%	11%
2001	79	7%	-1%
2000	80	6%	5%
Média de trabalhos entre 1991 e 1999	56	6%	-

Fonte: Elaboração própria, 2009.

O número de trabalhos que tangenciam a temática turismo/religião tem crescido nos últimos dez anos, o que aponta a relevância que o tema vem adquirindo no mundo. Quando organizados por relevância¹⁰, entre os cinco primeiros artigos, três foram publicados no ano de 1992 (os dois mais relevantes e o quarto mais relevante): um em 2005 e um em 2008. No primeiro mais relevante — *Religious sites as tourism attractions in Europe* (1992) —, identificam-se os conflitos de interesse entre peregrinos devotos e turistas seculares na visitaçao de três tipos de atrativos: centros de devoção; atrativos que combinam história, arte e belezas

⁹ Reúne os periódicos internacionais vinculados à Editora Elsevier e disponibiliza estatísticas sobre downloads.

¹⁰ Critérios estabelecidos pela editora.

naturais; e festivais religiosos. No segundo artigo mais relevante — *Forms of religious tourism* —, RINSCHÉDE (1992) traz a ideia (hoje recorrente) de que a peregrinação constitui a forma mais antiga de turismo no mundo, ou seja, a motivação religiosa na história da humanidade teria dado — senão origem —, ao menos, importância ao deslocamento hoje inscrito sob o conceito de turismo.

Acompanharam-se as publicações internacionais de turismo, em 2009, por meio de *alerts*¹¹, coletando informações dos estudos de casos e debates mais recentes sobre o campo interdisciplinar de intersecção entre turismo, religião, cultura e desenvolvimento territorial. O único artigo publicado dessa temática, em novembro de 2009, pelo *Journal of Sustainable Tourism* foi o de David Weaver (2009) — *Indigenous tourism stages and their implications for sustainability* — que estuda a evolução da relação entre turismo e populações indígenas na Austrália, no Canadá, na Nova Zelândia e nos Estados Unidos.

A familiarização com a temática sugere que, para compreender a gestão de turismo em relação à identidade cultural, é necessário recorrer à construção de abordagens interdisciplinares, unindo geografia, antropologia e gestão. Fica evidente, pois, a relativa escassez de estudos sobre gestão de turismo e identidade cultural na Bahia, embora haja certo consenso em que a Bahia atrai turistas por suas particularidades culturais. Ressalte-se que o viés para estudos sobre turismo e catolicismo é notável. No cenário internacional, a crescente importância de estudos sobre turismo e religião contrasta com a escassez de perspectivas antropológicas. O que se verifica é a maior ocorrência de estudos de mercado, apontando que um aprofundamento teórico reflexivo para esse campo interdisciplinar pode trazer novas luzes para a gestão de turismo, cultura e religião.

3. As limitações dos conceitos existentes: turismo cultural e turismo religioso

Após a familiarização com as reflexões que estão sendo publicadas nessa esfera interdisciplinar, realiza-se uma imersão nos conceitos existentes na literatura que vinculam turismo e elementos da cultura e religiosidade¹². Pretende-se verificar em que medida produzem respostas suficientemente explicativas para a inquietação sobre o distanciamento entre o desenvolvimento do turismo na Bahia e a afirmação de sua identidade cultural religiosa.

¹¹ Os *alerts* são mecanismos que permitem o acompanhamento de novas publicações por correio eletrônico

¹² Os conceitos de religião e cultura mantêm relações inconstantes e maldefinidas. Religião já foi entendida como cultura, parte da cultura, identidade, símbolo e como condição humana. A evolução do conceito de religião e sua relação com a cultura pode ser encontrada em Montero (2006, p. 248). Neste trabalho, adota-se o entendimento de Geertz (1989): a religião como dimensão da cultura.

Um primeiro conceito muito mobilizado para os estudos na interface entre turismo e cultura é o de turismo cultural, que vem ganhando densidade nos últimos anos (PHILLIPS e STEINER, 1999; MCKERSHER e DUCROSS, 2002; SILVEIRA, 2003; FABARÉ, 2005; SENTÍAS, 2006; ANDRÉ, 2006). O conceito de turismo cultural surgiu da tentativa de organizar o fenômeno turístico por meio de tipologias. Já na década de 1970, o turismo cultural — ao lado dos turismos étnico, recreacional, ambiental e histórico — surge como uma das classificações do turismo por tipo de lazer. Mais adiante, o conceito de turismo cultural seria sistematizado por Smith (1992) como “turismo cuja motivação valoriza o pitoresco e os estilos de vida tradicionais” e que se pauta na curiosidade por países, gentes e lugares ‘exóticos’. Nos últimos trinta anos, criaram-se inúmeros conceitos para o turismo cultural amparados na percepção de que, em alguns destinos turísticos, a viagem era motivada pela busca de algo considerado culturalmente diferente, ainda que não se soubesse explicar o que é diferente e o que é igual, e com base em qual olhar ou narrativa¹³.

Com o tempo, discussões mais consistentes sobre o binômio turismo/cultura ocorreram quando foram agregados os instrumentos analíticos da antropologia (BURNS, 2001). Buscava-se, então, entender a cultura em relação à dinâmica do turismo partindo da premissa de que o turismo é um conjunto global de atividades que promove o encontro de muitas culturas e exigiria um conhecimento mais profundo sobre as consequências da interação das sociedades que geram e recebem turistas (SENTÍAS, 2006, p. 15). As contribuições da antropologia deram-se especialmente por meio do método etnográfico, de modelos de aculturação e da explicitação da ideia de que o turismo é apenas um dos elementos na mudança da cultura. A cultura é uma dinâmica e está sempre em transformação. No estudo antropológico do turismo, emergem quatro temas importantes: o paradoxo local/global; turismo e ritual; turismo como aventura mitológica; turismo e mudança social (BURNS, 2002).

Com o tempo, os estudos de turismo cultural dividiram-se cada vez mais entre uma vertente que enfoca o mercado e outra que enfoca o discurso, a cultura e as representações simbólicas. Na última década, as abordagens críticas adquiriram relevância por envolver, no estudo do turismo, questões de poder, desigualdade e processos de desenvolvimento territorial (BURNS, 2001). Nessas dinâmicas territoriais, ressalta-se a importância das identidades e da diversidade cultural e aponta-se que a perspectiva da geografia humanista cultural foi convocada para a discussão de turismo cultural, fato que havia sido constatado na revisão inicial. Bianchi (2009) sugere que a valorização da cultura, no âmbito dos estudos do turismo, está-se configurando como uma disciplina própria, exigindo a reformulação de bases conceituais e emitindo novos olhares sobre os campos simbólicos e vivenciais por meio do turismo.

¹³ Para uma discussão mais aprofundada sobre turismo cultural, considerado “o mais antigo dos tipos de turismo no fenômeno turístico contemporâneo”, suas vertentes analíticas e evolução conceitual, cf. McKersher e DuCross (2002).

Tal fato ocorre especialmente nas reflexões sobre gestão de turismo e cultura, que passa a fundamentar-se no entendimento de que o turismo não é uma atividade aleatória, mas, ao contrário, é uma estratégia de desenvolvimento territorial, e, portanto, pode ser planejado com base no fortalecimento dos vínculos de identidade. Por outro lado, pode gerar profundos processos de descaracterização da cultura no território e a transformação da identidade cultural (SENTÍAS, 2006, p. 23). A cultura, entendida como um fenômeno em permanente transformação, não se reduz a suas expressões arquitetônicas, folclóricas, ou fixas nos museus. Além das referências materiais, cada indivíduo é portador de um sistema cultural em transformação, estruturado pelos valores culturais (CLAVAL, 1999, p.72; GEERTZ, 1989, p. 21). Esses valores estão mais ancorados na relação que o indivíduo tem com os outros, do que em sua relação com o ambiente natural físico. A celebração de ritos faz com que o indivíduo reflita sobre valores que partilha com os outros e sobre aquilo que o grupo julga como temas identitários centrais. A cultura é um processo dinâmico que, por meio dos contatos estabelecidos entre culturas, sofre adaptações, no decorrer do tempo, no nível coletivo de valores culturais (SENTÍAS, 2006, p. 15).

Quando uma determinada comunidade que vive em um território árido decide que o sistema de divisão da água, um bem escasso, deve ser igualitário, e não proporcional ao papel hierárquico de cada um no grupo, então o valor da preservação da coletividade (todos sofrem com a escassez da água em igual medida) é maior do que o da preservação da individualidade (alguns sofrem mais e outros menos). Quando essa comunidade festeja em conjunto a chegada da época das chuvas e o festejo reaviva a importância do valor da coletividade — verifica-se aí um mecanismo de fortalecimento dos valores identitários daquele grupo¹⁴. Trata-se de um processo de institucionalização dos valores culturais no nível individual e no coletivo.

Quando os indivíduos praticam turismo e visitam territórios conformados em contextos histórico-sociais diferentes dos seus, confrontam a construção individual com novas realidades que são observadas e experimentadas, remodelando as construções individuais. Nesse confronto, aquilo que é diferente/desconhecido é percebido com mais facilidade do que tudo aquilo que já é conhecido. As percepções ficam mais atentas ao 'exótico'¹⁵. Entre os elementos de diferenciação, incluem-se aqueles relativos à religiosidade presente em cada território. Essa percepção (seletiva) é atenta tanto a elementos materiais (arquitetura, alimentos, decorações de festejos, vestimentas, cerâmicas, instrumentos musicais, utensílios cotidianos) como a imateriais (comportamento, valores, formas de expressão, músicas, jeitos de ser, de andar, de comer, de narrar histórias).

¹⁴ Exemplo do sistema de irrigação por diques e acequias, encontrado no México e no sudoeste dos Estados Unidos (RODRÍGUEZ, 2006, p. 76).

¹⁵ Isso justifica por que a ideia mais recorrente de amparo ao conceito de turismo cultural é a de visitar um lugar exótico.

O papel dos ritos seria, pois, o de fortalecer e garantir a sobrevivência de elementos que um determinado grupo entende como importantes (GEERTZ, 1989; ROSENDAHL, 1999). No caso dos rituais religiosos, o que se pretende fortalecer pode ser um mito narrado, do qual se depreende uma aprendizagem importante para o grupo. Isso incita reflexões sobre o verdadeiro impacto da atividade turística na transformação do sentido desses rituais. Quando o turismo impulsiona modificações em tais ritos, está atingindo todo um conjunto de elementos importantes para determinado grupo e também o mecanismo de institucionalização da cultura no território. No caso da Bahia, quando, em um restaurante, contrata-se um grupo 'folclórico' para realizar uma encenação de rituais de candomblé para turistas, a atividade (o ritual) adquire um caráter utilitário que não existia anteriormente e, portanto, já não é a mesma — seu sentido muda. Por outro lado, pode incentivar o resgate do significado originário do ritual, que já estava esquecido no imaginário coletivo. Qual das duas consequências efetivamente ocorrerá? Merece, portanto, uma interpretação cuidadosa, e diferencia-se caso a caso¹⁶.

Até então, o entendimento que se está apresentando sobre consolidação e transformação cultural, sobre continuidade e ruptura, permite compreender que: se o turismo é planejado para valorizar rituais culturais, interfere e modifica-os (já não são 'originais', são simulações); no entanto, se o turismo é planejado ignorando os elementos culturais no território, o simples fato de promover fluxos de visitantes que trazem as próprias culturas está contribuindo para a descaracterização/interferência nos elementos da cultura local. Portanto, se a atividade turística traz necessariamente implicações para o movimento que associa continuidade e ruptura na cultura do território, é importante que essa relação seja assumida, seja implicada no planejamento do turismo — que essa interferência seja explicitada e que permita o diálogo entre os grupos interessados/envolvidos.

Sobre a apimentada discussão — se o turismo é o 'vilão' que descaracteriza a cultura local, ou o 'herói' que promove o resgate da cultura dando novo sentido a ela em lugares esquecidos —, Wrobel e Long (2001) tecem uma pertinente crítica a esse reducionismo: a de que subestimaria a capacidade de os grupos "se fazerem escutar" nos territórios onde ocorre turismo, de eles manifestarem seus desejos de diálogo, seus interesses ou sua vontade de omissão e desprezo com relação ao turismo. Os autores enfatizam que — nem vilão, nem herói — o turismo é mais uma entre as diversas dinâmicas que vêm transformando a cultura desde que se deram os primeiros agrupamentos sociais no território. E mais: que, se uma cultura avivada e reconhecida no território é algo importante, o é para seus habitantes e apenas secundariamente para o turismo, atividade, entendida pelos autores, como mais uma forma de catalisar interesses de determinados grupos por meio de um discurso do resgate cultural.

¹⁶ Genep (1960, como citado em BURNS, 2002) avança explicando o papel dos ritos no contexto sagrado e na compreensão desse contexto. Os ritos ajudam, no entendimento de Burns (2002, p. 97), a reforçar o sentimento coletivo e a integração social.

Assim, o turismo (deslocamento) promove necessariamente o encontro de culturas em um território aferventando a transformação cultural. Considerando que 'culturas em diálogo' implicam o fenômeno do turismo, este estudo entende que o conceito de turismo cultural é vazio de sentido — é redundante. Turismo necessariamente implica experimentação cultural. Não existe turismo que não seja cultural. Poder-se-ia imaginar o turismo em territórios com traços culturais tão parecidos com o território de origem, que as diferenças culturais não seriam o elemento de aprendizagem mais destacado. No entanto, sempre há coincidência de culturas num território por meio da vivência do turismo.

Mas ainda que o termo turismo cultural seja questionado nestas reflexões, o fato é que a maior parte dos estudos sobre a relação entre turismo e cultura enfoca territórios em que existe uma riqueza histórica arquitetônica ou uma manifestação dita tradicional. Vai afirmando-se a ideia de que cultura é aquilo que é exótico, e vão estudando-se apenas os mecanismos de gestão daquilo que se convencionou chamar de turismo cultural nesses territórios. No entanto, a cultura é um elemento da dinâmica social que está presente em todos os territórios, mesmo naqueles em que o turismo cultural não se fez expressivo.

Parece, então, que o fato de alguns territórios se destacarem sob o vago conceito de 'turismo cultural' não é porque se particularizam 'culturalmente' (são observados como 'exóticos'), mas pelo fato de reconhecerem a própria cultura e dominarem, mais do que outros, a arte de afirmá-la para si mesmos, criando a possibilidade de comunicar seus elementos culturais. Dessa forma, ao comunicar sua identidade cultural, facilitam a percepção daquilo que é diferente na relação com 'os outros' — os turistas. Sem a capacidade de reconhecer a própria cultura no território, também seria limitado o esforço de pensar-se o turismo em relação à cultura e de criar instrumentos de gestão do turismo. Assim, reconhecer a cultura no território é uma atitude anterior ao planejamento do turismo.

Sobre a dimensão religiosa da cultura, os casos de turismo mais pesquisados no mundo são: o Santuário de Lourdes, na França; o Caminho de Santiago de Compostela, na Espanha, Portugal e França; a peregrinação a Jerusalém, em Israel; a peregrinação à Meca, na Arábia Saudita; e a escalada do Monte Kailash, no Tibete (SOUDEN, 2007). Com relação ao território brasileiro, os casos mais pesquisados são: o Santuário de Nossa Senhora de Aparecida (SP); a procissão do Círio de Nazaré (PA); a peregrinação de Padre José de Anchieta (ES); a lavagem das escadarias da Igreja do Senhor do Bonfim (BA); a festa de Bom Jesus dos Navegantes (BA, ES, MA, RJ); a festa do Divino (diversos estados); os ternos de Reis (principalmente no Nordeste); a festa de Nossa Senhora da Achiropita (SP).

Torna-se evidente, portanto, como os estudos sobre as atividades turísticas relacionadas com religião tratam das peregrinações, e, no caso do Brasil, as peregrinações estudadas estão relacionadas com a religião católica, embora não seja a única matriz religiosa no

território. A ênfase encontrada em uma das matrizes religiosas para operacionalizar conceitos que relacionam turismo com religião vai sinalizando a existência de uma subliminar relação de poder entre as religiões, a qual pode ser compreendida como o contexto no qual ocorre o turismo.

O conceito mais recorrentemente, mobilizado para a compreensão do diálogo entre turismo e dimensão religiosa da cultura, é o conceito de turismo religioso. O turismo ocorre valorizando, observando, usufruindo do patrimônio religioso e acaba por imprimir novas dinâmicas sociais nos lugares. O turismo religioso foi definido como

uma forma de viagem na qual a motivação principal é a religiosa; no entanto podem ocorrer outras motivações, tais como a curiosidade ou o interesse cultural em compreender as manifestações tangíveis e intangíveis de determinada cultura religiosa. Turismo religioso é aquele empreendido por pessoas que se deslocam por motivações religiosas e/ou para participação em eventos de caráter religioso. Compreende romarias, peregrinações e visitas a espaços, festas, espetáculos e atividades religiosas (DIAS, 2003).

Nesse primeiro conceito de turismo religioso, o fator que diferencia tal modalidade de outras formas de turismo é a motivação para a viagem de cunho religioso, seja pela adesão religiosa, seja pela curiosidade religiosa. As formas mais recorrentes pelas quais o turismo religioso se manifestaria seriam principalmente as peregrinações e a participação em eventos religiosos. Andrade (1998) elabora um conceito de turismo religioso mais amplo e menos vinculado à motivação religiosa:

É o conjunto de atividades com utilização parcial ou total de equipamentos e realização de visitas a receptivos que expressem sentimentos místicos ou suscitem fé, esperança e caridade aos crentes ou às pessoas vinculadas às religiões.

Nesse segundo conceito, a motivação da viagem importa menos do que o caráter religioso materializado nos equipamentos turísticos. Assim, é a materialidade da religião que vai despertar um sentimento de cunho religioso nos visitantes, seja porque partilham da mesma religião consubstanciada no atrativo, seja porque são sensibilizados pela religião. Outro conceito de turismo religioso pauta-se na sacralidade do lugar:

É uma atividade turística que consiste em realizar viagens (peregrinações) ou estadas em lugares religiosos (retiros espirituais, atividades culturais e liturgias religiosas) que, para os praticantes de uma determinada religião, supõe um fervor religioso por serem lugares sagrados de veneração ou preceituais segundo suas crenças (MONTANER, ANTIACH e ARCARONS, 1998).

Por esse conceito, fica implícita a ideia de que o turista religioso frequenta os espaços religiosos de uma religião congruente com a sua adesão religiosa — e o deslocamento que ocorre por conta disso é que caracterizaria o fenômeno do turismo religioso. Os conceitos de turismo religioso variam pouco quanto a seu conteúdo, associando a ideia de lugar sagrado, mobilidade de pessoas e tradução da religião em elementos materiais. A noção subliminar é a de que a motivação para o deslocamento está vinculada ao significado religioso do destino turístico. Ou seja, os turistas fariam uma decisão sobre o destino a ser visitado, que está fundamentalmente pautada no sentimento de pertencimento a uma determinada religião, ou na curiosidade por uma religião, e o destino visitado é representativo dessa religião.

Nesses conceitos, ficaria excluído do fenômeno do turismo religioso o deslocamento cuja motivação não foi religiosa, mas, na qual, o território visitado tem significado sagrado para a sociedade que lá vive. É o caso do turismo de aventura ou alpinismo no Himalaia¹⁷. O visitante escolhe o destino pela possibilidade de realizar uma escalada nas montanhas mais altas, que são, também, espaços sagrados para os que partilham do budismo. Assim, alpinistas visitarão uma série de templos budistas, mesmo que essa, a princípio, não tenha sido a motivação da viagem. Comprarão bandeirinhas coloridas com mantras escritos e amarrá-las-ão junto a tantas outras, no topo das montanhas, imitando o comportamento dos monges que lá vivem. Mas os turistas não são, necessariamente, praticantes do budismo, e o conceito de turismo religioso não traduz esse deslocamento.

Resguardadas as particularidades locais, esse seria também o caso de Salvador. Um grande número de turistas visita a cidade motivado pelo tipo de turismo que se denomina 'turismo de sol e praia', ou pelo que se classificou como turismo de negócios ou convenções. Embora a motivação não seja religiosa, o visitante contempla as igrejas católicas barrocas, consome alimentos e compra artefatos de significado religioso, ou vivencia festas de cunho afro-católico. Mas esse deslocamento não pode ser entendido como turismo religioso.

Os conceitos de turismo religioso que se apresentam na literatura até então, pelo fato de associarem a identidade religiosa do turista à motivação do turismo, acabam por limitar a capacidade explicativa do conceito, pois: 1) partem do entendimento de que o destino visitado tem significado sagrado primordialmente para uma religião (e não diversas religiões

¹⁷ Pesquisa de campo realizada em novembro de 2008.

ou sincretismos); 2) pressupõem a congruência da religião do visitante com o lugar visitado, excluindo do fenômeno os que visitam templos sagrados de religiões da qual não partilham; 3) têm suas construções teóricas embasadas, na maioria, na observação de fenômenos turístico-religiosos de cunho católico-cristão, menosprezando a presença de outras matrizes religiosas nos territórios. O fato de o território baiano condensar muitas matrizes religiosas e receber turistas que não procuram o destino turístico mobilizados por um sentimento de fé configura a limitação na operacionalização desses conceitos para compreender a gestão do turismo na Bahia.

4. O ensaio de novas concepções para a gestão do turismo na Bahia

Diante da impertinência dos conceitos de turismo cultural e turismo religioso para o caso que incentiva as reflexões teóricas aqui presentes, desenvolve-se a possibilidade de operacionalizar o conceito de turismo em espaços sagrados. Pretende-se, com esse artifício, desvincular os dois elementos: motivação da viagem e características do espaço visitado. O conceito de espaço sagrado foi consolidado no Brasil por Rosendahl ainda na década de 1990, nos marcos do paradigma humanista cultural, no campo que se denominou Nova Geografia Cultural¹⁸. Qualquer concepção religiosa, segundo Rosendahl (2002), implica uma distinção entre o sagrado e o profano. O sagrado relaciona-se com a divindade e pressupõe a separação e distinção entre as experiências que envolvem a divindade daquelas que não a envolvem — o que seria, então, o profano. “A experiência do sagrado remonta a comportamentos individuais e coletivos bastante remotos na história da humanidade” (ROSENDAHL, 2002), ao passo que o processo de secularização sempre esteve presente, fazendo com que os indivíduos vivenciem o mundo sem recorrer às interpretações religiosas. O sagrado refere-se à “alquimia que a sociedade tem de realizar para conservar os sentimentos coletivos em intervalos regulares, reforçando sua unidade e identidade”. A escolha do lugar sagrado dá-se pela hierofania, que é a manifestação direta da divindade em pessoas ou objetos.

O conceito de ‘turismo em espaços sagrados’ poderia contemplar as especificidades do território baiano. Com esse artifício, ficaria superada a necessária ligação entre o sentimento de pertencimento do turista a uma religião, ligação que se faz presente no conceito de turismo religioso. O turismo em espaços sagrados seria aquele praticado em espaços que são sagrados para um determinado grupo que compartilha determinada fé, mas que não seriam

¹⁸ A Nova Geografia Cultural é um campo da geografia que se desenvolveu a partir de 1950 substancialmente na França e tem aderência ao paradigma da geografia humanista cultural. No Brasil, seu corpo teórico foi adensado principalmente pelos estudos do Departamento de Geografia da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), cujas investigações se centram na geografia da religião. Importantes autores desse campo são Paul Claval, Zeny Rosendahl e Roberto Lobato Corrêa.

necessariamente espaços sagrados para o visitante.

No entanto, em algumas sociedades (recorrentemente definidas como 'tradicionais'), a separação entre cotidiano e religião não existe, como no caso dos xamanismos indígenas e do hinduísmo. Nesse último, um dos fundamentos religiosos é que a religião é a própria vida, e, portanto, todo espaço é sagrado. A dissociação entre sagrado e profano, embora faça sentido para algumas religiões, não o faz para todas as crenças. Ou seja, a distinção entre o espaço sagrado e o profano, com o intuito de estudar a gestão do turismo nesses espaços diferenciados, em muitos casos, feriria importantes valores dos grupos sociais no território que interagem com turistas. A crítica ao conceito de turismo religioso apontou a necessária dissociação da referência de valor de sacralidade especificamente na relação entre o turista (que se desloca) e o espaço visitado. No entanto, isso não se estende ao conjunto de indivíduos que atribuem sacralidade ao espaço e que estabelecem com este um sentimento de pertencimento. Essa dissociação, pois, não é possível.

Enquanto o conceito de espaço, no campo da geografia, sempre foi elemento de debates que vem evoluindo à luz de diversos paradigmas, o fortalecimento das perspectivas críticas impulsionou o conceito de território. Empiricamente, identificavam-se novas formas de afirmação da diversidade e identidade de grupos que não poderiam continuar sendo ignoradas (CLAVAL, 1999, p. 62; RIBEIRO e MILANI, 2009). Entre muitas consequências, isso resultou na substituição do conceito de espaço pelo de território, que envolve poderes disputados, ameaçados e explorados. Integra-se àquela dimensão natural (espaço) outra, de natureza sociopolítica, como sistemas de poder e controle e, também, uma dimensão cultural, como o conteúdo simbólico que captura a totalidade da identidade de grupo (CLAVAL, 1999).

Diante desses esclarecimentos, experimenta-se o conceito de 'turismo em territórios sagrados'. A compreensão do turismo com base no território seria muito apropriada por recuperar as inquietações anteriores sobre a prevalência dos estudos sobre turismo religioso de cunho católico no Brasil, deixando implicado que existe uma relação de afirmação de

¹⁹(PARSONS,1996; WALTERS, 1989). Montero (2006) aponta que a distinção entre fato religioso e outras ordens de fato é um fenômeno originado no "cristianismo primordial, que estabeleceu a verdadeira fé e o verdadeiro deus" — objetivando a religião como diferença cultural. À margem do evento cristianismo, não existiria o fato religioso como categoria independente (p. 249-251).

²⁰(JUNG, 2009).

²¹Nos marcos da geografia tradicional (1850 a 1950), o espaço foi entendido como espaço vital, base indispensável para a vida do homem. Na geografia crítica, o espaço é concebido como locus da reprodução das relações sociais de produção. Na geografia humanístico-cultural, o espaço é percebido como reflexo da sociedade que se transforma nele. Para conhecer os principais autores, cf. Corrêa (1995) e Duarte e Matias (2005).

²²O conceito de território vem sendo utilizado não apenas na geografia, mas também na ciência política, com relação ao estado, e, na antropologia, com relação às sociedades tradicionais. As diversas concepções são agrupadas por Haesbaert (2007) em duas vertentes teóricas: 1) aquela que pontua o binômio materialismo/idealismo; 2) aquela que privilegia a historicidade do conceito. Para compreensão aprofundada sobre o debate em torno do conceito de território, cf. Haesbaert (2007) e Ribeiro e Milani (2009).

poder no território entre as diversas religiões presentes na Bahia. Além disso, esse conceito ajudaria a superar as limitações dos conceitos de turismo cultural, turismo religioso e turismo em espaços sagrados, que foram apresentadas anteriormente. O conceito de 'turismo em territórios sagrados' implicaria a ideia de que as religiões, no território, também manifestam relações de poder entre si e no diálogo com o turismo. Traduziria a ideia da sacralidade como algo pertencente a uma totalidade socioterritorial temporalmente contextualizada.

Vai afirmando-se, assim, a possibilidade de tratar o fenômeno do turismo na Bahia, ou em territórios onde ocorrem manifestações religiosas, como 'turismo em território sagrado', entendendo que as religiões manifestam relações de poder, transformando o território. Permaneceria, no entanto, a questão do sujeito: Para quem é sagrado o território onde ocorre o turismo? O que diferenciaria a gestão do turismo em território sagrado da gestão do turismo em território profano?

Para a superação da subjetividade implicada no conceito de território sagrado, propõe-se que essa subjetividade não seja negada, mas sim, envolvida no próprio conceito. Para esclarecer esse ponto, ocorreria o seguinte movimento reflexivo — a questão (para quem um determinado território seria sagrado enquanto outro seria profano) seria superada pela afirmação (trata-se de um território onde determinado grupo social que partilha de valores religiosos construiu um sentido sagrado) — nesse território, ocorre a atividade turística. Ou ainda: trata-se de um território onde diversos grupos construíram relações de sacralidade em uma dinâmica complexa (de afirmação, negação e resistência) e onde se estabelecem dinâmicas de poder — nesse território, ocorre a atividade turística.

Esse entendimento estaria melhor traduzido no conceito 'turismo em territórios de densidade religiosa', e esse é o conceito que está sendo proposto neste ensaio, sinalizando que, nesses territórios particulares, a sacralidade manifesta-se por meio de artefatos, comportamentos e rituais de maneira densa. Quando o turista visita um desses territórios, é essa densidade religiosa que ele acessa, consome — ainda que não partilhe da religião que envolve os grupos que se apropriaram do território. Como todos os territórios revelam alguma densidade religiosa, e alguns se diferenciariam de outros pelo fato de a densidade religiosa traduzir-se de forma muito intensa — como é o caso da Bahia —, propõe-se um atributo que traduza tal intensidade: 'turismo em territórios de grande densidade religiosa'. Imaginar a densidade religiosa no território (em vez de turismo religioso) traz implicações para a forma como a gestão do turismo deve ser pensada.

Define-se o conceito nos seguintes termos: **o 'turismo em territórios de grande densidade religiosa' é uma forma de deslocamento turístico no qual, independentemente da motivação para a viagem, ou da crença religiosa do turista, visitam-se territórios em que a religiosidade local impõe-se nas diversas dimensões sociais com tal evidência, que é impos-**

sível que o turista passe por esses territórios sem que ocorra uma sensibilização, ainda que involuntária, para elementos da religiosidade local, ou que ocorra a vivência da identidade religiosa ali presente.

Em territórios de grande densidade religiosa, a materialidade das religiões manifesta-se por meio de artefatos, danças, festivais, cerâmicas, vestimentas, templos, amuletos, instrumentos musicais — a religiosidade materializa-se. Esses elementos materiais sensibilizam e são consumidos pelos turistas, ainda que a viagem não tenha sido motivada pela religiosidade ali presente. **Em territórios de grande densidade religiosa, podem ocorrer múltiplas religiões em interação, religiões sincréticas, ou mesmo uma religião hegemônica. Cada uma das religiões define seus espaços sagrados, seus templos, e o turismo interage com a sacralidade traduzida, revelada. Planejar o turismo nesses territórios que se particularizam por sua densidade religiosa implica conhecer e reconhecer essa densidade, saber como ela se manifesta, e qual importância tem para os grupos sociais ali presentes, reconhecendo também as limitações dos mecanismos de planejamento formulados em um contexto territorial sempre em transformação, resultado da afirmação de poderes.**

Considerando que o planejamento do turismo pautado na cultura tem a finalidade de ser um mecanismo com potencial para dinamizar o desenvolvimento local, deve incorporar o objetivo de fortalecer e respeitar os vínculos de identidade no território. Essa ideia subliminar precisa estar presente no conceito de 'turismo em territórios de grande densidade religiosa', já que as religiões são partes integrantes da identidade de grupo. Mas é conveniente explicitar ainda a ideia de que o turismo também se desenvolve com base na valorização da identidade do território — o mecanismo fortifica-se ao fortalecer seu contexto — a identidade e as outras dinâmicas locais.

Diante do exposto, entende-se a gestão do turismo em territórios de grande densidade religiosa como a arte de reconhecer a densidade religiosa no território e de estabelecer diálogo com os diversos grupos, definindo e explicitando pactos de interesse na afirmação da religiosidade, arte essa que recorre ao turismo como um mecanismo para promover a aprendizagem sobre a diversidade religiosa para todos os indivíduos em interação no território, até mesmo turistas.

5. Considerações finais: a compreensão do território para a gestão do turismo

Mobilizou-se este ensaio teórico para discutir a gestão do turismo fundamentado na percepção da cultura religiosa do estado da Bahia. Entendeu-se que o turismo estaria sendo planejado de forma desvinculada da riqueza cultural traduzida no território e que ainda haveria uma lacuna teórica a ser suprida nesse sentido. Apontaram-se, inicialmente, as limitações dos conceitos disponíveis. No caso do conceito de turismo cultural, a limitação reside no fato de que não existiria turismo que não fosse cultural — que não estabelecesse o diálogo entre culturas no território. No caso do conceito de turismo religioso, o fato de implicar a necessária ligação entre a motivação para o deslocamento e o valor de sacralidade do território visitado. Para tanto, descreveu-se a construção de um novo conceito, mais apropriado para enfatizar relações de poder e interesses de grupos de preservação da identidade no processo de planejamento do turismo, e que respondesse suficientemente ao elemento do sincretismo religioso presente na Bahia como expressão da cultura no território.

O novo conceito de turismo em territórios de grande densidade religiosa é um conceito em construção e articula saberes da antropologia e do campo da geografia para ampliar o escopo da gestão do turismo. A pertinente interdisciplinaridade permite que a concepção de turismo, com base na compreensão do território, aponte novas possibilidades de planejamento da atividade à medida que diferentes elementos do território são ressaltados, como a materialidade das religiões e o necessário diálogo institucional entre os organismos de gestão de turismo e os de preservação cultural, com objetivos de pactuar interesses. Apenas em seguida, é possível facilitar a comunicação da cultura local e a aprendizagem por meio da vivência turística. Destaca-se que a transformação cultural que ocorre como consequência do turismo merece ser explicitada no processo de planejamento, pois facilitaria uma melhor ponderação sobre aquilo que é favorável ou não para os diferentes grupos interessados na afirmação das identidades.

O reconhecimento efetivo das diversas matrizes religiosas e sua importância histórica na formação do território é algo anterior ao planejamento do turismo. Entende-se ainda que o conceito, embora cunhado com base nas percepções sobre o turismo no território baiano, é pertinente para o caso do turismo no Brasil, onde a diversidade cultural/religiosa, em termos de planejamento do turismo, ainda é pouco reconhecida. Na verdade, o fato de a narrativa histórica do País iniciar em torno de 1500 já indica a prevalência de uma perspectiva de interpretação sobre o que seria a sociedade brasileira, ignorando a complexidade (religiosa) das sociedades que aqui já viviam em tempos imemoriais. Dinâmicas de poder, novamente, estão implicadas na prevalência de determinadas narrativas que definem a identidade brasileira.

Assim, embora o conceito tenha sido desenvolvido com base nas reflexões sobre a Bahia, pode-se imaginar sua ampliação para outras escalas territoriais. Retomando-se um dos objetivos do Ministério de Turismo — fortalecer a ‘marca brasilidade’ —, se não forem reconhecidos os diversos aspectos que conferem ‘densidade cultural’ ao território, a ‘marca brasilidade’ enfatizará apenas a narrativa de um grupo social dominante sobre o que seria a cultura e a religião no território. Finaliza-se, assim, este ensaio com a expectativa de que futuros estudos de caso possam ajudar a aperfeiçoar o conceito que se desenvolveu nesta reflexão teórica.

6. Referências

- ALBAN, M. Turismo no Brasil: a estratégia de expansão espacial e seus problemas. In: ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO DE BASE LOCAL, 8., 2004, Curitiba. **Anais...**, Curitiba: Unicenp, 2004.
- _____; LOIOLA, E.; DANTAS, M; ALMEIDA, P. Debatendo as perspectivas do turismo baiano. Bahia análise & dados. Superintendência dos **Estudos Econômicos e Sociais da Bahia**, Salvador, vol. 11, n.o 2, p. 14-19, set. 2001.
- AMARAL JUNIOR, J. B. C. **O turismo na periferia do capitalismo**: a revelação de um cartão postal. São Paulo: PUC, 2008. 738 p. Tese (Doutorado) — Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.
- ANDRÉ, M. Políticas locais de dinamización turística y grandes atractivos culturales: el caso de Figueres. In: SENTÍAS, J. F. **Casos de turismo cultural**: de la planificación estratégica a la gestión del producto. Barcelona: Ariel, 2006.
- BIANCHI, R. Critical turn in tourism studies: a radical critique. **Tourism Geographies**, vol. 11, nov. 2009. 484 p.
- BURNS, P. (2002). Turismo nas relações locais-globais: o turismo gera desenvolvimento?. In: _____. **Turismo e antropologia**: uma introdução. São Paulo: Chronos, 2002.
- CASTRIOTA, L. B. **Patrimônio cultural**: conceitos, políticas, instrumentos. São Paulo: Anablume, 2009.
- CASTRO. A. A. C. A **Irmandade da Boa Morte**: intervenção e turistização da festa em Cachoeira-Bahia. Santa Cruz: UESC, 2005. 181 p. Dissertação (Mestrado) — Cultura e Turismo. Universidade Estadual de Santa Cruz/Universidade Federal da Bahia, Santa Cruz, 2005.
- CASTRO, A. M. **Caracterização dos impactos provocados pelo turismo na paisagem urbana do Centro Histórico de São Luiz do Paraitinga-SP entre 2002 e 2007**. Taubaté: UNITAU, 2008. 154 p. Dissertação (Mestrado Profissionalizante) — Ciências Ambientais, Universidade de Taubaté, Taubaté, 2008.

-
- CLAVAL, P. A. Geografia cultural: estado da arte. In: ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R. L. (orgs.) **Manifestações da cultura no espaço**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.
- CORRÊA, R. L. Espaço, um conceito-chave da geografia. In: CASTRO, Iná Elias de et al. **Geografia: conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995, p. 15-45.
- FABARÉ, J. C. M. **Turismo cultural**: manual del gestor de patrimonio. Barcelona: Editorial Almuzara, 2005.
- FREO, A. **O turismo na perspectiva do planejamento estratégico**: um estudo de caso da Região do Médio Alto Uruguai. Ijuí: UNIJUÍ, 2007. 202 p. Dissertação (Mestrado) — Desenvolvimento, Gestão e Cidadania. Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, 2007.
- GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.
- GIBBONS, D. **Croyances et religions du monde**: qui croit quoi? où? quand? comment?. Paris: Acropole, 2007.
- GMECH, S. B. **Tourists and tourism**: a reader. Long Grove: Weaveland Press, 2004.
- GUILLAUMON, S. **Ecoturismo e seu desenvolvimento**: um estudo de caso comparado entre Chapada Diamantina-BA e Bonito-MS. Salvador: UFBA, 2007. 152 p. Dissertação (Mestrado) — Administração. Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.
- _____; ALBAN, M. **A questão da infraestrutura no desenvolvimento do ecoturismo no Brasil**: um estudo de caso a partir da implantação do aeroporto na Chapada Diamantina. Trabalho selecionado para o 8. Seminário Internacional de Turismo, Unicamp, Curitiba, 2006.
- HAESBAERT, R. Concepções de território e para entender a desterritorialização. In: SANTOS et al. **Território, territórios**: ensaios sobre o ordenamento territorial. 3. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007. 416 p.
- JESUS, D. L. **A transformação da reserva indígena de Dourados-MS em território turístico**: valorização socioeconômica e cultural. Aquidauana: UFMS, 2004. 172 p. Dissertação (Mestrado) — Geografia. Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, Aquidauana, 2004.
- JESUS, E. V. **A cozinha baiana do Restaurante-Escola do Senac do Pelourinho, Bahia**: mudanças de contexto e atores. São Paulo: PUC, 2002. 252 p. Tese (Doutorado) — Ciências Sociais. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2002.
- JUNG, C. G. **Psicologia e religião oriental**. Trad. Pe. dom Mateus Ramalho Rocha. Petrópolis: Vozes, 2009.
- LACERDA, M. A. **As perspectivas de desenvolvimento local entre os Terena, na Aldeia Urbana Marçal de Souza, em Campo Grande-MS, através do etnoturismo**. Cuiabá: UCDB, 2004. 151 p. Dissertação (Mestrado) — Desenvolvimento Local. Universidade Católica Dom Bosco, Cuiabá, 2004.
- LESSA, C. M. **Identificação de áreas prioritárias para a conservação da sociobiodiversidade**
-

-
- na zona estuarina da Costa do Dendê, Bahia.** Brasília: UNB, 2007. 125 p. Dissertação (Mestrado) — Geografia. Universidade de Brasília, Brasília, 2007.
- MAGALHÃES, A. C. **Permanência e rupturas na construção do espaço em Candice-CE em função da romaria em homenagem a São Francisco das Chagas.** Recife: UFPE, 2007. 135 p. Dissertação (Mestrado) — Geografia. Universidade Federal do Pernambuco, Recife, 2007.
- MARINHO, A.L.S. **O sagrado na teia das redes geográficas do turismo em Pernambuco:** um estudo sobre o Santuário de São Severino, Paudalho-Pernambuco. Recife: UFPE, 2008. 110 p. Dissertação (Mestrado) — Geografia. Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2008.
- MARTINS, F. **Turismo religioso-cultural:** o caso da cidade de Pombal-PB. João Pessoa: IESP, 2003. 39 p. Monografia (Graduação) — Curso de Turismo, Instituto de Educação Superior da Paraíba, 2003.
- MCKERSHER, B.; DUCROSS, H. **Cultural tourism:** the partnership between tourism and cultural heritage management. New York: Haworth, 2002.
- MONTANER, J.; ANTIACH, J.; ARCARONS, R. **Diccionario de turismo.** Madrid: Síntesis, 1998.
- MONTERO, P. Religião, modernidade e cultura. In: TEIXEIRA, F.; MENEZES, R. **As Religiões no Brasil:** continuidades e rupturas. Petrópolis: Vozes, 2006.
- OLIVEIRA, V. M. **Turismo e modernidade:** um estudo indígena Krahô, estado do Tocantins (Amazônia Legal Brasileira). São Paulo: USP, 2007. 187 p. Tese (Doutorado) — Geografia Humana. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.
- PARSONS, E. C. **Pueblo indian religion.** Chicago: Bison Books, 1996.
- PEREIRA, M. G. B. **Ordenamento do território, densidade hoteleira e seus efeitos sobre a paisagem no Litoral Norte do estado da Bahia, trecho Fonte-Sauípe.** Brasília: UNB, 2008. 310 p. Dissertação (Mestrado) — Desenvolvimento Sustentável. Universidade de Brasília, Brasília, 2008.
- PHILLIPS, R.; STEINER, C. **Unpacking culture:** art and commodity in colonial and postcolonial worlds. Berkeley: University of California Press, 1999.
- PINTO, A. G. **O turismo religioso em Aparecida (SP):** aspectos históricos, urbanos e o perfil dos romeiros. Rio Claro: UNESP, 2006. 97 p. Dissertação (Mestrado) — Geografia. Universidade Estadual Paulista Júlio Mesquita Filho, Rio Claro, 2006.
- RIBEIRO, M. T. F., MILANI, C. R. (orgs.). **Compreendendo a complexidade socioespacial contemporânea:** o território como categoria de diálogo interdisciplinar. Salvador: EDUFBA, 2009.
- RODRÍGUEZ, S. **Acequia:** watersharing, sanctity and place. Santa Fe: School for advanced Research Press, 2006.
- ROSENDAHL, Z. **Espaço e religião:** uma abordagem geográfica. Rio de Janeiro: UERJ, 2002.
- RUSSO, A. P. La reformulación de una política de turismo cultural mediante el análisis de los grupos de interés: el caso de Brujas. In: SENTÍAS, J. F. **Casos de turismo cultural:** de la
-

-
- planificación estratégica a la gestión del producto. Barcelona: Ariel, 2006.
- SANTOS, A. D. **O turismo histórico, artístico, religioso e cultural na cidade de Olinda como desenvolvimento local**. Recife: UFPE, 2006. 120 p. Dissertação (Mestrado Profissionalizante) — Gestão Pública para o Desenvolvimento do Nordeste. Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006.
- SECALL, R. **Turismo e religión**: aproximación a la historia del turismo religioso. Málaga: Universidad de Málaga, 2002.
- SENTÍAS, J. F. **Casos de turismo cultural**: de la planificación estratégica a la gestión del producto. Barcelona: Ariel, 2006.
- SILVEIRA, E. Turismo religioso, mercado e pós-modernidade. In: DIAS, R.; SILVEIRA, E. **Turismo religioso**: ensaios e reflexões. Campinas: Alínea, 2003.
- SMITH, V. **Anfitriões e convidados**: antropología del turismo. Madrid: Endymion, 1992.
- SOTRATTI, M. A. **Pelas ladeiras do Pelô**: a requalificação urbana como afirmação de um produto turístico. Campinas: UNICAMP, 2005. 200 p. Dissertação (Mestrado) — Geografia. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.
- SOUDEN, D. **Pelos caminhos da fé**: vinte jornadas para inspirar a alma. Trad. Andrea Mariz. São Paulo: Rosari, 2007.
- TEIXEIRA, F.; MENEZES, R. (orgs.). **As religiões no Brasil**: continuidades e rupturas. Petrópolis: Vozes, 2006.
- TORRES, M. **Caminhos da fé**: Santiago de Compostela. São Paulo: Panda Books, 2007.
- TRIMARCHI, M. Distritos culturales y desarrollo económico del territorio: la experiencia de los museos de Siena. In: SENTÍAS, J. F. **Casos de turismo cultural**: de la planificación estratégica a la gestión del producto. Barcelona: Ariel, 2006.
- VERGER, P. **Verger/Bastide**: dimensões de uma amizade. Trad. Rejane Janovitzer. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- WROBEL, D.; LONG, P. **Seeing and being seen**: tourism in the American West. Kansas: University Press, 2001.
- XAVIER, N. M. P. **A baiana de acarajé como símbolo identitário da Bahia e sua apropriação pelo turismo**. Santa Cruz: UESC, 2007. 202 p. Dissertação (Mestrado) — Cultura e Turismo. Universidade Estadual de Santa Cruz/Universidade Federal da Bahia, Santa Cruz, 2007.