

## Valorização econômica das identidades e das produções culturais no mercado turístico: estudo de grupos das cidades brasileiras de Maceió (AL) e de Bento Gonçalves (RS)<sup>1</sup> *Economic valorization of identities and cultural productions in the tourist market: a study of groups from the Brazilian cities of Maceió (Alagoas State) and Bento Gonçalves (Rio Grande do Sul State)*

Ana Maria De Paris Possamai<sup>2</sup>

Marcela Ferreira Marinho<sup>3</sup>

Edegar Luis Tomazzoni<sup>4</sup>

Eric Dorion<sup>5</sup>

### Resumo:

*O objetivo deste artigo é analisar a atuação e a valorização dos grupos culturais como atrativos ou como valor econômico agregado de empreendimentos turísticos. O referencial teórico baseou-se em ideias econômicas clássicas e na fundamentação conceitual de inclusão social. Para coleta de dados, aplicou-se um questionário com perguntas quantitativas e qualitativas, com base probabilística e não probabilística. Analisou-se a atuação de produtores culturais e de empreendedores turísticos dos municípios brasileiros de Maceió (AL) e de Bento Gonçalves (RS). O principal resultado foi a comprovação da hipótese de que os produtores culturais não são valorizados economicamente e, em razão disso, não sobrevivem com a atividade cultural e precisam manter outras atividades remuneradas.*

**Palavras-Chave:** turismo, cultura, capitalismo, mercado, inclusão social

### Abstract:

*The objective of this article is to study the performance and valorization of cultural groups as attractive or as economic value added to tourist companies. The referential theory is based on classical economic ideas and on a social inclusion approach. The collect of data was through the application of a questionnaire with qualitative and quantitative questions and probabilistic and non probabilistic methods. The analyses regarded the acting of cultural producers from two tourist Brazilian cities, Maceió (Alagoas State) and Bento Gonçalves (Rio Grande do Sul State). The main result of the study is the validation of the hypothesis that the cultural producers are not economically appraised and, as they can not survive through the cultural activities, they must perform rewarding jobs in other professional areas.*

**Key words:** tourism, culture, capitalism, market, social inclusion

<sup>1</sup> Trabalho elaborado como instrumento de avaliação na disciplina de Análise Estrutural do Turismo, do Programa de Pós-Graduação/Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul.

<sup>2</sup> Bacharel e mestranda em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul. E-mail: [am.possamai@uol.com.br](mailto:am.possamai@uol.com.br).

<sup>3</sup> Mestranda em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul. Bacharel em Turismo pela Faculdade de Alagoas (FAL). E-mail: [marcela\\_turismo@hotmail.com](mailto:marcela_turismo@hotmail.com).

<sup>4</sup> Doutor em Turismo com ênfase em Desenvolvimento Regional pela Universidade de São Paulo (USP). Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul (UCS). Professor titular e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da Universidade de Caxias do Sul. E-mail: [eltomazz@ucs.br](mailto:eltomazz@ucs.br).

<sup>5</sup> Doutor em Administração de Empresas pela Université de Sherbrooke. Mestre em Administração de Empresas pela Université Laval (Canadá). Professor titular da Universidade de Caxias do Sul. Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA-UCS). Professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR-UCS). E-mail: [edorion@ucs.br](mailto:edorion@ucs.br).

---

## 1. Introdução

As relações de produção e de mercado, que constituem o arcabouço da economia, influem na filosofia, na sociologia, nas artes e em todo o contexto cultural. Como os indivíduos e os grupos sociais são profundamente influenciados pelo cenário econômico, a relação do binômio capital *versus* trabalho gera conflitos e instiga discussões. Assim, a dimensão capitalista está permeada de discussões relativas a explorados e exploradores, e, entre as atividades, algumas são ligadas à produção cultural.

A palavra “cultura” apresenta significados diversos: relaciona-se com aquisição de conhecimentos, com “ser culto”, ou com a arte. Já a cultura popular, segundo Arantes (1982), não desfruta do mesmo prestígio, tendo sido desqualificada por intelectuais e, no Brasil, somente nos últimos anos, após o governo militar, é que passou a ser valorizada em um processo moroso. Existem, segundo o Ministério da Cultura do Brasil, dificuldades de conscientizar os artistas quanto à importância econômica de suas atividades.

De acordo com o citado ministério, entretanto, na última década, os estudos que relacionam economia e cultura ganharam destaque. Embora haja artistas que rejeitem relacionar seus trabalhos com economia, é notória a utilização de aspectos econômicos na atividade cultural, pois há circulação de produtos e consumo de bens e serviços.

Nessa perspectiva, o Ministério busca a criação de mecanismos que proporcionem o desenvolvimento e não apenas o crescimento econômico das comunidades. Essa iniciativa é adequada às teorias que predominam nos meios acadêmicos e socioeconômicos do mundo inteiro. Pesquisadores como Sen<sup>6</sup> (2000) enfatizam a importância da eliminação das privações de capacidades do indivíduo, sem focar unicamente o aumento da renda.

A base metodológica deste artigo consiste na análise crítica da relação entre cultura, economia e turismo. Definido o objeto de pesquisa, identificou-se o referencial teórico em função do fenômeno que se queria investigar e a hipótese que se queria validar. A função do sistema de hipóteses é fornecer conexão necessária entre teoria e investigação, teoria e fato. Determinadas as fases, o momento de observação torna-se fundamental para a análise da realidade, por meio da coleta de dados e de evidências.

A técnica de amostragem utilizada nas pesquisas empíricas deste artigo foi com base em probabilística e não probabilística (LOPES, 1994). A primeira contempla o método quantitativo, e a segunda, o método qualitativo. Dessa forma, foram aplicados questionários com perguntas quantitativas e qualitativas. A amostra escolhida foi proposital, visto que é uma estratégia comum para analisar casos, considerados típicos da população em que se tem interesse.

O universo pesquisado foram produtores culturais dos municípios brasileiros de Bento Gonçalves (Rio Grande do Sul) e de Maceió (Alagoas) e também gestores de

---

<sup>6</sup> Economista indiano, ganhador do Prêmio Nobel de Economia em 1998, estudioso das economias dos países em desenvolvimento e das condições de vidas dos mais pobres do planeta.

empreendimentos turísticos, que contratam artistas amadores como atrativos turístico-culturais. Na análise dos dados, seguiu-se a proposta hermenêutica com análise e interpretação dos dados obtidos, gerando as unidades de significado e categorias de análise.

Vale lembrar que Maceió é a capital do estado de Alagoas, no Nordeste do Brasil, e sua população é de, aproximadamente, novecentos mil habitantes. Sua altitude média é de sete metros acima do nível do mar e apresenta uma temperatura média de 25°C. O município situa-se entre o oceano Atlântico e a lagoa Mundaú, de fundamental importância econômica para os pescadores que vivem em sua margem. É rico em sal-gema e tem um setor industrial diversificado, além da agricultura, da pecuária e da extração de gás natural e de petróleo. Dados de 2004 mostram que Maceió é a quinta maior em PIB entre as capitais da região nordeste.

Já o município de Bento Gonçalves está localizado na região serrana do estado do Rio Grande do Sul, no extremo sul do Brasil. Colonizado por imigrantes italianos, a partir de 1875, sua população gira em torno de cem mil habitantes. Pouco mais de cem anos foram suficientes para construir uma das economias mais fortes do estado. A cidade é sede de um dos maiores pólos moveleiros do País e de um setor vinícola de destaque internacional. Esses dois setores fomentam grandes feiras de negócios. O município destaca-se como um dos melhores do País em qualidade de vida.

É importante considerar que Maceió e Bento Gonçalves são dois dos 65 destinos indutores do turismo do Brasil, conforme atribuição do Ministério do Turismo do Brasil aos municípios com melhores condições de oferta de serviços e atrativos.

Uma das razões da aplicação da pesquisa nessas cidades foi o fato de serem locais de nascimento e de residência das pesquisadoras, co-autoras deste artigo. Outro motivo da escolha foram as diferenças geográficas, culturais e turísticas entre Bento Gonçalves e Maceió que contribuem para a consistência da fundamentação científica do estudo. O grupo “Fandango do Pontal”<sup>7</sup>, de Maceió, foi escolhido pois representa a cultura popular de Alagoas, embasada nas origens da cidade. As apresentações do grupo remetem às odisséias marítimas dos portugueses, retratando tragédias, vitórias e atos de heroísmo. Hoje o grupo conta com 35 integrantes.

Em Bento Gonçalves, foram escolhidos os corais porque expressam a cultura trazida pelos imigrantes italianos que fundaram a cidade. O canto fazia parte do cotidiano desses imigrantes, que cantavam enquanto trabalhavam na lavoura e quando se reunia a família para as refeições ou comemorações. As canções retratam, pois, o cotidiano, o amor, o sofrimento e a religião dos imigrados. A cidade conta atualmente com 12 grupos de coral.

Dessa forma, as amostras foram definidas pela representatividade que possuem diante das origens e da cultura predominante nas duas cidades. Ambas as escolhas consideraram a relevância que os “produtos culturais” possuem no mercado turístico local, considerando-se que os entrevistados fazem apresentações para turistas e em eventos com regularidade.

<sup>7</sup> Alagoas é o estado brasileiro com maior número de folguedos. O “Fandango do Pontal” é o único grupo oficial de fandango de Alagoas. Em suas apresentações, entoam-se cantigas náuticas de diversas épocas e origens, utilizam-se a rabeca e a viola como instrumentos e os principais personagens são: almirante, capitão, capitão de mar e guerra, mestre piloto, mestre patrão, oficiais, marujos e gajeiro. O grupo foi fundado em 1930 e, após um tempo sem atuar, foi resgatado em 2001.

É importante destacar que, unindo ideias econômicas e culturais, o turismo aparece no cenário mundial, às vezes, como “salvador da pátria” e, outras vezes, como vilão das comunidades. Este artigo pretende validar a hipótese de que a atividade turística utiliza produtos culturais de maneira exploratória, sem proporcionar-lhes retornos financeiros adequados. Para isso, foram utilizados instrumentos de pesquisa diferenciados para produtores culturais e para gestores turísticos.

Para os produtores culturais, as questões abrangeram idade, escolaridade, tempo de atuação no grupo, aspectos de autovalorização, remuneração, economia e cultura. Para os gestores, o questionário contemplou descrição do empreendimento, público, origem, relação com os grupos e aspectos socioeconômicos. O instrumento foi aplicado a cinco integrantes distintos de grupos de canto e a três gestores de empreendimentos na cidade de Bento Gonçalves (RS), e a vinte integrantes do grupo “Fandango do Pontal” e a dois gestores na cidade de Maceió (AL).

---

## 2. Relações de mercado, capacidades e capital humano

Para Weber (1968), caracteriza-se como econômica toda atividade que oferece algum bem ou serviço, que é produzido por uns e desejado por outros, com troca ou algum tipo de remuneração por sua aquisição. Os produtos não são necessariamente tangíveis, pois há, hoje, grande oferta de bens intangíveis, como os bens culturais e as atividades turísticas. “Toda atividade pode ser orientada economicamente, como exemplo, a do artista e a do guerreiro” (WEBER, 1968, p. 9).

Weber destaca, ainda, que a orientação econômica sempre esteve ligada à estrutura da sociedade, ao estabelecimento de classes sociais, tendo passado longos períodos sob o domínio do estado. Hoje, a economia está estritamente ligada à iniciativa privada e ao lucro, sendo autônoma, racional e calculista. O autor salienta que a economia, no entanto, é parte de um processo muito mais amplo: a cultura. Na concepção de Weber, a cultura é um legado que tem significado e importância para determinado grupo de indivíduos.

Com um conceito mais abrangente, Edward Tylor afirma que cultura é “esse todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, artes, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade de hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade” (TYLOR *apud* BARRETTO, 2007, p.16). Desse modo, o progresso das sociedades e de suas economias só foi possível em razão da cultura, que, historicamente, engloba também os modos de conduzir as atividades produtivas.

As relações econômicas evoluíram de simples processos de troca para complexos sistemas capitalistas. Vale lembrar que a teoria do capitalismo moderno tem como precursor Adam Smith, economista e filósofo escocês, que, em suas obras, *Teoria dos sentimentos morais* (1759) e *A riqueza das nações* (1776), contextualiza o capital na visão liberal. A primeira obra teve menos repercussão, por ser de enfoque humanista, já a segunda norteou outros estudos acerca do capital, do trabalho e de seus processos de desenvolvimento. Munhoz enfatiza:

*[...] o elemento essencial do aumento da riqueza nacional é o trabalho produtivo, definido como aquele trabalho que produz um excedente de valor sobre seu custo*

*de produção. O aumento da produtividade estaria diretamente ligado à divisão do trabalho [...] (2004, p. 4).*

Em sua obra de 1920 — *A ética protestante e o espírito capitalista* —, Weber faz uma explanação sobre as regras que regem o sistema capitalista, em que o homem é dominado pelo “fazer dinheiro”, não apenas para suprir suas necessidades básicas, mas como finalidade de vida. Assim, o mercado passou a dominar a vida econômica, educando e escolhendo os indivíduos mais preparados para o processo, em uma seleção darwiniana, positivista-evolutiva, na qual sobrevivem os melhores.

Em *O capital*, Marx (1867) discute a relação entre trabalho e capital, como exploratória. Munhoz (2004) enfatiza essa idéia e destaca os conflitos da exploração dos trabalhadores pelos capitalistas. Essa exploração dos indivíduos, segundo a autora, ultrapassa a fronteira econômica e interfere nas relações socioculturais.

Até o século XIX, os economistas contextualizavam o desenvolvimento na perspectiva única do crescimento econômico. Nesse contexto histórico, situa-se a Revolução Industrial, surgida da combinação entre o liberalismo econômico, o acúmulo de capital e as novas tecnologias que proporcionaram mudanças no processo produtivo. Nos Estados Unidos, durante a Revolução Industrial americana, o fordismo, implantado por Henry Ford em sua fábrica de automóveis, era caracterizado pelo trabalho em série, com o objetivo de reduzir os custos e aumentar a produção. A instalação de esteiras, que levavam as partes do veículo de um funcionário a outro, foi considerada uma revolucionária inovação tecnológica.

Nesse período, surgiu também o taylorismo. Frederick Winslow Taylor acreditava que a eficiência aumentava com a especialização; por isso, cada operário fazia apenas uma tarefa contínua e repetitiva, “robotizando”, pois, os indivíduos que perdiam a liberdade e a maneira própria de trabalhar. Para Ramos (1989), esses dois sistemas demonstram claramente o foco da economia centrada no capital, na produtividade e no lucro, desconsiderando os operários e as condições de trabalho.

Com base nos estudos de Schumpeter (1985), publicados na década de 1910, esclareceu-se que crescimento e desenvolvimento são distintos. Para o autor, o desenvolvimento econômico se dá fundamentado no crescimento econômico. Primeiro, deveria haver ampliação dos meios de produção para, posteriormente, haver desenvolvimento. Ambos os fenômenos estavam, porém, restritos à esfera da economia.

No final do século XX, surgiram idéias inovadoras sobre o conceito de desenvolvimento. Sen trouxe para a análise novos elementos. Conforme Munhoz (2004, p.14), “o desenvolvimento é encarado por Sen como a eliminação de privações de liberdade, que limitam as escolhas e as oportunidades das pessoas, que exercem, de forma ponderada, sua condição de indivíduo [...]”. Até então, o desenvolvimento tinha sentido estritamente econômico e era fundamentado na renda. Desse modo, a pobreza também era analisada sob esse referencial, em detrimento das capacidades básicas dos indivíduos.

A baixa renda é um dos fatores de privação de capacidades, no entanto outros aspectos influenciam as limitações do indivíduo. Esses aspectos estão relacionados com o contexto social ao qual ele pertence. As noções de pobreza, de inadequação de capacidades e de privação de renda devem ser estudadas separadamente, mas não desvinculadas, pois a

renda ainda é um meio de adquirir capacidades, da mesma forma que, se o indivíduo conseguir ampliar suas capacidades, poderá aumentar sua receita.

Com base nesses estudos, percebe-se que as relações econômicas, durante longos períodos da história, estiveram centradas no capital, nos trabalhos agrícola, manufatureiro e industrial e nos processos de crescimento econômico. Somente em meados do século XX, é que essa visão mudou, e passou-se a incluir o capital humano nessas relações.

Em razão do longo período histórico em que a economia dominou as relações em todas as esferas, houve, possivelmente, um enfraquecimento dos vínculos pessoais, somente percebidos quando os elementos sociais, políticos e culturais foram articulados. A visão economicista, entre outros fatores, gerou distúrbios, como o desemprego, a informalidade, a precariedade das relações de trabalho, a percepção errônea da cultura local, a desestruturação das famílias e da infância, a baixa autoestima, que constituem um campo de crise. (SEN, 2000).

---

### 3. Qualificação profissional e inclusão social

O capitalismo propiciou a abertura de mercado e expandiu a cultura global e, de alguma forma, auxiliou a reelaboração de conceitos tradicionais. É fundamental compreender o intercâmbio entre sociedade, cultura e indivíduo ativo na formação, na formulação, na ação e nas interfaces culturais. Nesse sentido, Paugam (2003, p. 14) aborda exclusão e produção: “[...] mais do que pobreza, que pode ser concebida de forma estática e como mensuração, trata-se de processo que empurra, progressivamente, para fora da esfera produtiva, aqueles elementos populares menos qualificados”.

Paugam (2003) estuda a desqualificação dos indivíduos para o trabalho, considerando questões como o enfraquecimento dos vínculos sociais, da autoestima e de todo acervo cultural. Ressalte-se que a desqualificação desintegra os grupos sociais, que são excluídos do sistema que move as relações assimétricas de mercado. Como exemplo, tem-se a venda de produtos turístico-culturais, cujo valor simbólico e monetário é enfatizado pelos atributos do turismo. Repassa-se ao indivíduo ou grupo apenas um valor simbólico e restringe-se o pagamento a justificativas subliminares, como reconhecimento dos talentos e incentivos à manutenção da atividade cultural local.

São muitas as situações categorizadas, e existem diversas formas e sentidos para definir exclusão perversa, como discute Wanderley *apud* Sawaia (2002). Os mecanismos sociais, na verdade, são representações que excluem os indivíduos.

*[...] Os excluídos não são simplesmente rejeitados, física, geográfica ou materialmente, não apenas do mercado e de suas trocas, mas de todas as riquezas espirituais; seus valores não são reconhecidos, ou seja, há também uma exclusão cultural (WANDERLEY apud SAWAIA, 2002, p. 17).*

Os efeitos dessa exclusão não estão manifestados, ou são facilmente percebidos, nem nas reflexões mais complexas e abrangentes, que analisam a situação dos indivíduos e dos grupos excluídos das trocas, das práticas sociais, dos direitos à integração e à identidade, aspectos que transcendem a pobreza e o acesso à habitação e à saúde.

Convém conceituar o termo exclusão, de acordo com Sawaia:

*Em síntese, a exclusão é processo complexo e multifacetado, uma configuração de dimensões materiais, políticas, relacionais e subjetivas. É processo sutil e dialético, pois só existe em relação à inclusão como parte constitutiva dela. Não é uma coisa ou um estado, é processo que envolve o homem por inteiro e suas relações com os outros. Não tem uma única forma e não é uma falha do sistema, devendo ser combatida como algo que perturba a ordem social; ao contrário, ela é produto do funcionamento do sistema (2002, p. 9).*

O sistema citado por Sawaia (2002) inclui o mercado, que é visto como vilão do subdesenvolvimento por suas regras próprias e economicistas. Nações subdesenvolvidas tendem a ter grandes dificuldades de integração dos grupos sociais aos mercados, o que acarreta a exclusão social. Para Fukuyama (1996), porém, não se pode separar economia de cultura, e deve haver algum meio de unir esses opostos para promover o desenvolvimento econômico das nações e de seus povos.

---

#### **4. Economia, produção cultural e turismo**

Em relação ao significado de cultura, Arantes (1982) explica que é o conjunto complexo dos códigos e padrões que regulam a ação humana individual e coletiva, tal como se desenvolvem em uma sociedade ou em um grupo específico, e que se manifestam em praticamente todos os aspectos da vida: modos de sobrevivência, normas de comportamento, crenças, instituições, valores espirituais, criações materiais etc. A cultura popular, no entanto, apesar de ser aclamada por discursos políticos, “está longe de ser um conceito bem definido pelas ciências humanas [...]” (ARANTES, 1982, p. 7). Ela foi, por muito tempo, desqualificada, em razão das relações capitalistas que valorizam o “saber” mais que o “fazer”. Quem pensa o projeto é mais bem remunerado do que aqueles que executam o projeto, e os primeiros são mais valorizados que os segundos, numa hierarquia social. Nos moldes capitalistas, mantêm-se as divisões de classes da sociedade, e o que é produzido pelas classes populares é considerado pelas “elites” como desprovido de “saber”, gerando-se uma visão negativa de todo o contexto social e de sua produção cultural (ARANTES, 1982).

Como sugere Arantes, a cultura popular é um processo dinâmico, relaciona-se com os costumes e as tradições, portanto não estáticas ou imutáveis. Seu dinamismo significa a animação das produções culturais. O autor enfatiza que as manifestações advindas de festas e de rituais populares perdem originalidade quando saem do ambiente onde nasceram para os palcos, mas não perdem o poder de encantamento para os que as produzem e para os espectadores.

O Ministério da Cultura do Brasil, em razão do valor dessas manifestações, tem ressaltado, em suas políticas, a importância do incentivo às atividades culturais locais, como fator determinante para a prosperidade das comunidades e dos empreendimentos nelas inseridos. Ainda, segundo o Ministério, as atividades culturais são muitas, e as interações econômicas por elas geradas são bem variadas; existe, no entanto, uma grande dificuldade em conscientizar os artistas de que seu produto tem valor comercial e está intimamente ligado à atividade econômica. É importante ressaltar que o setor cultural pode render importantes

benefícios econômicos de alcance variado, e o maior exemplo é a atividade turística que tem como um de seus principais elementos agregadores de valor as manifestações culturais.

Como órgão maior da cultura do país, o Ministério tem um papel fundamental na criação de diretrizes e na difusão dos aspectos culturais. Assim, tem dimensionado a atividade cultural articulada à economia, visto que aquela gera benefícios econômicos, por meio da circulação de bens e serviços em todas as esferas sociais. Nessa perspectiva, o turismo, como uma atividade multissetorial contribui significativamente para revitalizar e preservar o patrimônio cultural.

A atividade turística envolve o pensamento e a ação sistêmicos, que proporcionam benefícios às comunidades e aos grupos culturais. O que ocorre, entretanto, é que a produção cultural das comunidades é utilizada apenas como atrativo ou como elemento agregador de valor a um atrativo. De acordo com Barreto (2002, p. 33), atrativo turístico é “aquilo que atrai o turista. Do ponto de vista do núcleo, é o recurso”.

A definição de turismo cultural é ampla, tanto no que concerne aos motivos que ensejam viagens, quanto ao conteúdo daquilo que se considera cultura. Silberberg (1995, p. 361) define turismo cultural como “visita de pessoas de fora da comunidade receptora motivadas, completamente ou em parte, por interesses nas ofertas histórica, artística, científica” ou no estilo de vida, relacionados com as tradições da comunidade, da região, do grupo ou da instituição. Dessa definição, depreende-se que boa porcentagem das viagens apresenta, em maior ou menor extensão, aspectos relacionados com o interesse cultural (TOMAZZONI, 2007).

Dessa forma, o turismo, além de não proporcionar aos produtores culturais benefícios financeiros gerados pelos eventos pode, inclusive, subtrair valores dessas comunidades, desmotivar ou, até, desestruturar os grupos culturais. Para Barreto (2007), essa perspectiva atende apenas aos interesses dos grupos econômicos, sem considerar as necessidades das comunidades receptoras.

Barreto (2007) acrescenta que vários pesquisadores advertem sobre os efeitos negativos do turismo sobre as comunidades. Ressalta, no entanto, que é possível uma convivência pacífica entre elas e o turismo. A autora cita Hithcock (1997), que, em suas pesquisas com grupos étnicos, observou que ocorrem também revitalizações culturais, de artesanato e de outros aspectos do cotidiano. Os grupos culturais são “consumidos” pelos turistas e pela comunidade, mas a motivação dos empreendedores turísticos se restringe à esfera econômica.

Para Pires (2001), atividades de lazer e turismo, na visão moderna, incluem experiências que abrangem não apenas a viagem propriamente dita, mas as formas de interação entre os visitantes e os anfitriões. Esse conceito destoa de enfoques puramente econômicos, nos quais o turismo é concebido como uma atividade que estuda a demanda para fornecimento de acomodação e serviços de suporte às estadas fora do lar, envolvendo padrão de despesa e criação de renda e emprego.

A cultura é uma das razões predominantes da existência do turismo como atividade econômica. Vários são os tipos ou escopos de eventos — ecológicos, técnicos, religiosos — que têm sua origem, razão e fundamento na cultura, uma vez que até mesmo as

organizações industriais e comerciais são organismos culturais. Elas possuem, pois, estratégias, métodos, estilos de fazer, de produzir, de administrar e de empreender. Tudo isso, em síntese, significa uma forma de expressão de identidade cultural (TOMAZZONI, 2007).

O turismo utiliza recursos muito valiosos para a humanidade. Vale lembrar que os recursos naturais são preexistentes e os culturais construídos pelo homem, juntamente com os recursos espirituais e os conhecimentos. Para Beni:

*Já em suas primeiras obras, Hunziker e Krapf (Zurique, 1942) estabelecem a premissa de que sem cultura não há turismo. Sessa (Roma, 1968) afirma que o turismo traz uma dupla contribuição: direta, como resultado de uma experiência cultural que enriquece a população visitada e a visitante com a aquisição dos valores que ambas possuem; indireta, que consiste no planejamento (antes da viagem) e na verificação natural dos pontos de dúvida entre o turista e o estrangeiro (2001, p. 87).*

Não se pode, entretanto, esquecer que o capitalismo visa ao lucro, e empreendedores não fazem investimentos sem a probabilidade de retorno. O mercado cultural deve oferecer as mesmas possibilidades propostas pelo mercado de bens e serviços, o que resultaria em investimentos por parte dos empresários e na consequente valorização e melhoria das condições desses indivíduos, que preservam sua história por meio de representações culturais.

## **5. Pesquisa e análise de atuação de produtores culturais de Maceió (AL) e de Bento Gonçalves (RS)**

As respostas dos entrevistados foram classificadas em unidades de significado, de acordo com as categorias de análise. A análise dos dados seguiu a proposta hermenêutica.

Na pesquisa realizada em Maceió (AL), foram aplicados vinte questionários a integrantes do grupo “Fandango do Pontal”. Observou-se que há uma ala jovem (13 a 18 anos) e outra mais madura (acima de quarenta anos).

Os jovens são estudantes, solteiros e estão no grupo, em média, há cinco anos. Os mais velhos exercem atividades variadas, a mais citada foi a de pescador (cinco entrevistados), são casados e já fazem parte do grupo, em média, há vinte anos. Os motivos que levaram esses indivíduos a participar do grupo foram: tradição familiar (50%); preservação da cultura do lugar (25%); beleza da dança (15%); motivos diversos (10%).

O grupo faz apresentações para turistas e é remunerado por isso; entretanto alguns entrevistados (10%) observaram que essa remuneração é insuficiente para cobrir os custos do grupo. Todos se sentem artistas, e a maioria acredita que seu trabalho é valorizado. Apenas 10% julgaram que não são valorizados e apontam falta de incentivo do Poder Público.

Com relação à questão sobre o que significa cultura para eles, 65% responderam que cultura está relacionada com as tradições e os costumes, 15% afirmaram que se trata de

arte popular, 10% deram respostas descritivas de situações, não conceituando cultura, e 5% relacionaram cultura com a história do lugar.

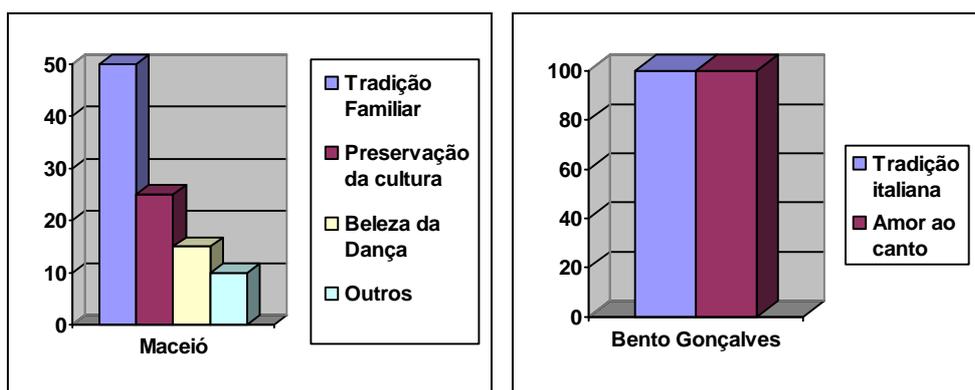
Outro dado importante foi que 85% dos entrevistados responderam que sua atividade tem relação com a economia do lugar. A justificativa para a resposta foi que, por meio das apresentações do grupo, os turistas são atraídos e compram mais, principalmente, artesanato.

Além dos questionários direcionados aos produtores culturais, foram aplicados dois questionários a gestores de empreendimentos hoteleiros da cidade de Maceió (AL): um hotel de categoria quatro estrelas e outro de categoria cinco estrelas, ambos de grande porte, que recebem clientes de perfil corporativo e também de lazer. O maior polo emissor para esses hotéis é a região sudeste, e apenas um deles “contrata” grupos culturais como atrativo.

O gestor afirmou que o empreendimento remunera esses grupos, mas não respondeu qual o valor da remuneração. Classificou-se o relacionamento do hotel com os grupos como regular, e a receptividade dos visitantes, como boa. O gestor respondeu que o hotel não divulga o atrativo cultural como valor agregado e considera a contratação do grupo um ato de responsabilidade social. Ambos relacionaram cultura com identidade e com tradições; um deles acrescentou: “cultura é igual a orgulho de ser quem sou”. Com relação à questão sobre como os atores culturais são vistos na perspectiva econômica, ambos responderam positivamente, mas não justificaram.

Em Bento Gonçalves (RS), foram aplicados cinco questionários a integrantes de diferentes corais da cidade. Todos os respondentes têm mais de cinquenta anos, são casados, 60% são aposentados e 40% são agricultores. Fazem parte dos grupos, em média, há cinco anos e ingressaram por amor ao canto e às tradições de origem italiana. Os gráficos abaixo permitem uma comparação entre as respostas obtidas nas duas cidades pesquisadas.

**Figura 1: Pergunta 5 — Por que entrou para o grupo?**



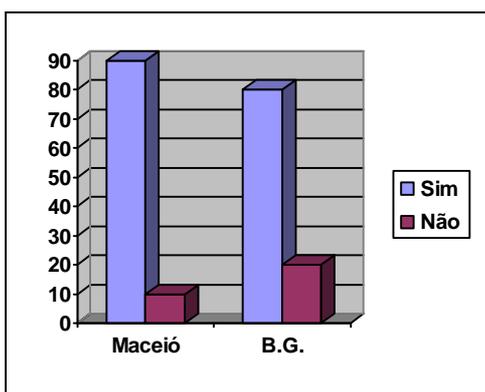
Os entrevistados pertencem a diferentes grupos culturais, e todos fazem apresentações para turistas. Dois grupos são remunerados em todas as apresentações, e cada integrante do grupo recebe um valor fixo. Os outros três são remunerados apenas em apresentações nos eventos de maior porte da cidade, como Fenavinho<sup>8</sup> e Expobento<sup>9</sup>. Nesses casos, o valor da

8 A Festa Nacional do Vinho é um evento que promove o setor vinícola de Bento Gonçalves evidenciando a principal força econômica do município — o vinho —, além de ser a festa da comunidade, na qual são ressaltadas a cultura e as tradições da imigração italiana.

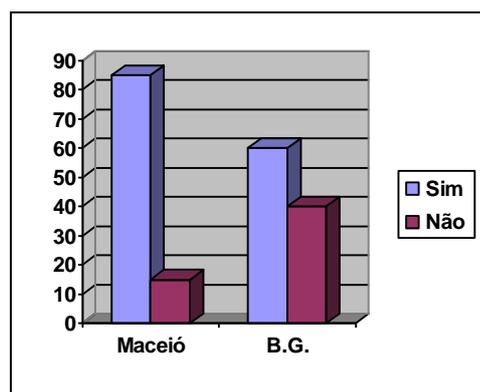
remuneração é utilizado pelo grupo para despesas com transportes e outros custos. Os entrevistados não se consideram artistas; dois responderam que se consideram artistas amadores. Acreditam, entretanto, que seu trabalho é valorizado; destacou-se nas respostas a expressão “os turistas gostam, elogiam”. Vinte por cento dos entrevistados citaram a pouca valorização por parte do Poder Público.

Para todos os entrevistados de Bento Gonçalves, cultura são as tradições, manter vivos os costumes dos antepassados. O questionamento a respeito da relação de sua atividade cultural com a economia local teve respostas distintas: 40% responderam que não existe relação, e 60%, que existe. Apenas dois entrevistados justificaram a resposta, dizendo que os turistas permanecem mais nos locais onde ocorrem apresentações e compram produtos ali oferecidos. Os gráficos permitem visualizar as respostas de ambas as cidades e deixam claro que a maioria dos entrevistados sente a sua atividade valorizada, embora, como demonstra a pergunta 9, não haja remuneração satisfatória em termos financeiros.

*Figura 2: Pergunta 13 — Você acha que sua atividade cultural é valorizada?*



*Figura 3: Pergunta 15 — Você acha que sua atividade cultural tem relação com a economia local?*



Foram enviados questionários para três gestores: um de empreendimento hoteleiro, um de agência operadora de dois atrativos da cidade e um de empresa de eventos<sup>10</sup>. Obtiveram-se retornos parciais de dois gestores. O empreendimento hoteleiro é de médio porte e atende clientes de perfis variados, corporativos e de lazer, e a região sudeste é a maior emissora de clientes, seguida pela região metropolitana de Porto Alegre, capital do estado. O gestor do empreendimento hoteleiro relatou que todos os grupos “contratados” são remunerados, entretanto não informou valores, utilizando a expressão “variados”. Classificou como ótimo o relacionamento entre o empreendimento e os grupos culturais, assim como a receptividade dos turistas. O empreendimento não divulga as atrações como valor

<sup>9</sup> A ExpoBento — Feira da Indústria, Comércio e Serviços de Bento Gonçalves — tem por objetivo fomentar os negócios nos setores de indústria, comércio e serviços. A feira oferece também diversas opções de shows e farta gastronomia.

<sup>10</sup> Embora o questionário tivesse questões específicas do setor hoteleiro, optou-se por aplicá-lo à agência e à empresa de eventos sob forma de entrevista, descartando as perguntas específicas, considerando-se o fato de que Bento Gonçalves possui apenas quatro hotéis de médio porte (o restante são pousadas ou hotéis menores que não utilizam os grupos culturais), e, desses, três são de propriedade de um mesmo grupo familiar.

agregado, e, segundo o gestor, possui diversos trabalhos de responsabilidade social, em parceria com instituições da cidade. Com relação à pergunta “o que é cultura?”, o gestor respondeu ser todo o contexto de uma região, seus hábitos e costumes; a mesma resposta foi manifestada pelo gestor da agência de eventos. O empreendimento cujo gestor não retornou a pesquisa, curiosamente, segundo os produtores culturais entrevistados, é o que remunera os “artistas” por apresentação, isto é, cada integrante do grupo recebe um valor fixo após cada apresentação.

Embora os universos das pesquisas sejam distintos, percebe-se que há alguns pontos em comum. Entre eles, o envolvimento emocional dos indivíduos com a produção cultural, a consciência da importância de suas artes para a atividade turística, além de aspectos negativos, como a falta de valorização do Poder Público e a baixa remuneração.

---

## 6. Conclusão

As relações sociais, por contextualizarem-se no sistema capitalista, fundamentam-se em processos economicistas, priorizam o crescimento econômico. Conforme os autores destacados pelo referencial deste estudo, durante muitos séculos, o ser humano foi desconsiderado no processo de crescimento econômico. As análises das relações econômicas, centradas no capital e no trabalho, concentraram-se na perspectiva da renda. A falta ou carência de renda é, entretanto, somente um dos fatores da exclusão social e do subdesenvolvimento. A exclusão emocional e a privação de liberdades podem ser mais graves e causam mais impactos do que propriamente a falta de recursos financeiros.

Embora haja inúmeros esforços do Ministério da Cultura do Brasil e até da iniciativa privada a fim de mudar o quadro das relações de mercado dos grupos culturais, constata-se que ainda há uma relutância por parte dos artistas de associarem a atividade cultural à economia e ao desenvolvimento.

A falta de contextualização econômica da cultura tem acarretado grandes dificuldades para o crescimento das comunidades voltadas à produção cultural, como estratégia de inclusão social. Essa dificuldade talvez esteja relacionada com a ideia histórica da relação de desenvolvimento exclusivamente com produção de bens e de serviços de valor comercial.

O conceito de desenvolvimento e a percepção da sociedade sobre a importância das capacidades dos indivíduos são recentes. É importante que se considere que os indivíduos são atores essenciais do processo de desenvolvimento, com base no fortalecimento da autoestima, na valorização das identidades e nas capacidades de produção, sejam elas econômicas ou culturais.

As atividades culturais são fortemente influenciadas pela economia capitalista, com impactos nos relacionamentos e nos grupos culturais, bem como nas relações destes com a atividade turística. Projetos de revitalização cultural, que valorizem a identidade local, incluindo as comunidades no processo de desenvolvimento, em todos os seus âmbitos, seriam estratégias adequadas para a criação de produtos turísticos culturais, para a valorização humana e para a inclusão social.

Retomando o objetivo deste artigo de evidenciar como a atividade turística utiliza produtos culturais de maneira exploratória, sem proporcionar retornos financeiros para os indivíduos

produtores da cultura popular, apresentam-se as análises dos resultados encontrados por meio da pesquisa.

A pesquisa de campo confirmou a hipótese de que os produtores culturais não são valorizados economicamente, não são reconhecidos plenamente como artistas e também não têm possibilidade de sobreviver exclusivamente de sua arte. Observou-se um grande envolvimento dos artistas amadores com a produção cultural e a consciência da importância de seus talentos para a atividade turística. Todos os entrevistados possuem outra renda, não dependem das apresentações para viver. O canto, a música e a dança são um *hobby*, ao qual eles têm prazer em se dedicar. Todos os entrevistados, no município de Bento Gonçalves (RS), fazem apresentações em um empreendimento hoteleiro pesquisado e apenas dois são remunerados. O gestor do empreendimento relatou, entretanto, que todos os grupos são remunerados, o que mostra uma contradição.

Em Maceió, as apresentações, em sua maioria, são feitas em espaço público, desvinculadas dos empreendimentos. Embora os entrevistados tenham declarado receber remuneração pelas apresentações, ela é proveniente do setor público e insignificante para a sobrevivência dos indivíduos, o que justifica as respostas que apontavam a falta de valorização por parte do Poder Público.

Contextualizando-se os resultados das pesquisas no referencial teórico, verifica-se que os produtores culturais não participam das relações de mercado do sistema capitalista. Essa participação poderia contribuir para reduzir assimetrias, promover a inclusão social e tornar a sociedade mais igualitária. É importante que os empreendedores privados e os gestores públicos do turismo valorizem os produtores culturais, sejam eles autênticos ou profissionais, a fim de impulsionar a cadeia produtiva do setor, por meio de agregação de atributos de animação aos atrativos e destinos turísticos.

Apesar da falta de valorização econômica, no sentido de retorno financeiro, as entrevistas mostraram que os produtores culturais (artistas amadores) têm satisfação em apresentar a sua arte ao público/turista. Trata-se, portanto, de um aspecto importante do valor das identidades e manifestações culturais, pois a inclusão social não se realiza somente por meio de renda e bens materiais, mas, especialmente, por satisfação e reconhecimento espiritual e emocional. A motivação dos produtores culturais constitui-se em potencialidade de ciclos virtuosos de desenvolvimento socioeconômico e humano que começam pelo fortalecimento da autoestima, como meio de conquista do bem-estar e da felicidade.

---

## Referências

- ARANTES, Antonio Augusto. **O que é cultura popular**. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- BARBOSA, Lívia. **O jeitinho brasileiro**: a arte de ser mais igual que os outros. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- BARRETTO, Margarita. **Cultura e turismo**: discussões contemporâneas. Campinas: Papyrus, 2007.
- \_\_\_\_\_. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Papyrus, 1995.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 2001.
- BENTO GONÇALVES. **História**. Disponível em: <[www.bentogoncalves.rs.gov.br](http://www.bentogoncalves.rs.gov.br)>. Acesso em: 31 ago. 2008.
- FUKUYAMA, Francis. **Confiança**: as virtudes sociais e a criação da prosperidade. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.
- LOPES, Maria Imaculada Vassalo. **Pesquisa em comunicação**: formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Loyola, 1994.
- MACEIÓ. **História**. Disponível em: <[www.maceio.al.gov.br](http://www.maceio.al.gov.br)>. Acesso em: 31 ago. 2008.
- MUNHOZ, Carolina. A evolução histórica do conceito de desenvolvimento. In: CHEREM, M.; DI SENA, R. **Comércio internacional e desenvolvimento**: uma perspectiva brasileira. São Paulo: Saraiva, 2004.
- PANOSSO NETTO, Alexandre. **Filosofia do turismo**: teoria e epistemologia. São Paulo: Aleph, 2005.
- PAUGAM, Serge. **A desqualificação social**: ensaio sobre a nova pobreza. São Paulo: EDUC, 2003.
- PIRES, Mário Jorge. **Lazer e turismo cultural**. São Paulo: Manole, 2001.
- RAMOS, Alberto Guerreiro. **A nova ciência das organizações**: uma reconceitualização da riqueza das nações. Rio de Janeiro: FGV, 1989.
- SAWAIA, Bader. **As artimanhas da exclusão**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.
- SCHUMPETER. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural 1985 (Os Economistas).
- SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Cia. das Letras, 2000.
- SILBERBERG, Ted. Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. **Tourism Management**, [p.?], vol. 16, n.º 5, 1995.
- TOMAZZONI, Edegar L. **Turismo e desenvolvimento regional**: modelo APL Tur aplicado à Região das Hortênsias (RS). São Paulo, ECA, 2007. [n.º de p.] Tese (Doutorado) — Ciências da Comunicação/Turismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.
- WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

\_\_\_\_\_. **História geral da economia.** São Paulo: Mestre Jou, 1968.

\_\_\_\_\_. **Metodologia das ciências sociais.** São Paulo: Cortez, 1995.

## Apêndice A – Questionário para produtores culturais

Entrevista n.º: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Qual sua faixa etária?

- Menos de 25 anos  
 Entre 25 e 40 anos  
 Entre 41 e 60 anos  
 Mais de 60 anos

Qual sua escolaridade?

- Ensino fundamental  
 Ensino médio  
 Superior  
 Pós-graduado

Qual sua profissão? \_\_\_\_\_

Qual seu estado civil?

- Casado  
 Solteiro  
 Divorciado  
 União Estável

Por que entrou para o grupo?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Há quanto tempo faz parte do grupo cultural? \_\_\_\_\_

O grupo do qual participa faz apresentações para os turistas que visitam sua cidade?

- Sim, frequentemente  
 Raramente  
 Não

Normalmente, onde são feitas as apresentações para os turistas?

- Em hotéis da cidade  
 Dentro da comunidade  
 Em festas ou eventos turísticos

Você recebe alguma remuneração, algum dinheiro, pelas apresentações?

- Sim

( ) Não

Em média quanto recebe pelas apresentações? \_\_\_\_\_

É significativo para seu orçamento? \_\_\_\_\_

Você se sente um artista?

( ) Sim

( ) Não

Você se sente valorizado pelos turistas?

( ) Sim

( ) Não

Você acha que sua atividade cultural é valorizada?

( ) Sim

( ) Não

Para você o que é cultura? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Você considera que sua atividade tem relação com economia?

( ) Não

( ) Sim

Por quê? \_\_\_\_\_

## Apêndice B – Questionário para gestores

Entrevista n.º: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Qual seu cargo / função? \_\_\_\_\_

Há quanto tempo trabalha na empresa? \_\_\_\_\_

Você tem conhecimento da missão, visão e valores do hotel?

( ) Sim

( ) Não

A política do empreendimento tem preocupação com o desenvolvimento da comunidade?

( ) Sim

( ) Não

Referente a este empreendimento hoteleiro

Quantas unidades habitacionais possui? \_\_\_\_\_

Total de leitos? \_\_\_\_\_

Qual a taxa média de ocupação? \_\_\_\_\_

Qual o perfil dos hóspedes? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Qual a proveniência da maioria dos hóspedes do hotel? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

O empreendimento utiliza grupos culturais locais como atrativo turístico?

( ) Sim

( ) Não

Esses grupos são remunerados por suas apresentações?

( ) Sim

( ) Não

Qual o valor médio da remuneração paga a esses grupos? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Como você avalia seu empreendimento com e sem esses grupos artísticos?

Os turistas elogiam as apresentações?

( ) Sim

( ) Não

O empreendimento divulga essas apresentações como valor agregado?

( ) Sim

( ) Não

O hotel tem algum programa de responsabilidade social?

( ) Sim

( ) Não

Qual? \_\_\_\_\_

Para você o que é cultura? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Você vê os atores culturais como produtores em uma perspectiva econômica?

( ) Sim, os produtos culturais também são um serviço

( ) Não, produtos culturais não têm relação com atividade econômica