



## Desenvolvimento cultural e turístico: uma relação passível de sustentabilidade?\*

### *Cultural and touristic development: a relationship susceptible to sustainability?\**

Elenice Esteves de Oliveira<sup>1</sup>

Jonas Silva<sup>2</sup>

Silvana Inês Moreira<sup>3</sup>

#### RESUMO

Este artigo apresenta reflexões acerca dos impasses e das perspectivas do turismo e da cultura na busca de uma relação sustentável. São discutidos, brevemente, a formação cultural brasileira, a mídia na promoção da cultura, o desenvolvimento sustentável e o turismo cultural. A análise desses aspectos possibilita formular a seguinte questão: há uma relação sustentável entre o turismo e a cultura? As considerações expostas não encerram a dimensão da temática; envereda-se pelo caminho de suscitar novas reflexões e dinâmicas que contribuam para o fortalecimento da cultura e identidade por meio do planejamento da atividade turística. Defende-se o interesse maior que é preparar e conservar as comunidades locais, para que tenham a preocupação com o uso correto de suas potencialidades turísticas, não permitindo que se percam no espaço e no tempo suas raízes e identidades culturais, mantendo de forma sustentável todo o legado cultural e artístico.

**Palavras-chave:** turismo cultural, mídia, desenvolvimento sustentável, identidade local

1 Graduada em Psicologia, Especialista em Administração de Recursos Humanos e Mestranda em Educação, Administração e Comunicação pela Universidade São Marcos – Unimarco, São Paulo – SP. E-mail: elenicesteves@gmail.com.

2 Bacharel em Relações Públicas e Especialista em Planejamento e Gestão do Turismo Cultural pela Escola Superior de Relações Públicas – Esurp Recife-PE e Mestrando em Educação, Administração e Comunicação pela Universidade São Marcos – Unimarco, São Paulo – SP. E-mail: jonasssilva20@gmail.com.

3 Graduada em Ciências da Natureza e Química pela Universidade Camilo Castelo Branco, Especialista em Marketing Farmacêutico pela Faculdades Oswaldo Cruz; Alfabetização e Gestão Escolar pela Secretaria de Educação Estado São Paulo e Mestranda em Educação, Administração e Comunicação pela Universidade São Marcos – Unimarco, São Paulo – SP. E-mail: vanemoreira@ig.com.br.

## ABSTRACT

This article presents reflections about the dilemmas and perspectives in tourism and culture in search of a sustainable relationship between them. It briefly discuss the formation of the Brazilian culture, the media when promoting culture, sustainable development and cultural tourism. The analysis of these aspects lead us to the following question: Is there a sustainable relationship between tourism and culture? The presented considerations do not cover the size of the issue. It traces the way to new discussions and actions to contribute to the strength of the identity and the culture by planning touristic activities. It defends the major interest that is the management and conservation of the local communities by the correct usage of their touristic strengths, not allowing that their roots and their cultural identity to be lost in space and time, maintaining their artistic and cultural legacy in a sustainable way.

**Key words:** cultural tourism, media, sustainable development, local identity

\* Este artigo resulta da comunicação realizada no VII Fórum de Debates: Perspectivas Interdisciplinares nas Artes e nas Humanidades, realizado por meio de parceria entre a Universidade São Marcos e UNESP. São Paulo, 2009.

\* *This article is a result from the communication held on the “VII Fórum de Debates: Perspectivas Interdisciplinares nas Artes e nas Humanidades”, through the collaboration between the São Marcos University and UNESP. São Paulo, 2009.*

## **1. Introdução**

Há algumas décadas, o turismo tem-se firmado significativamente no cenário nacional e local. Surge, por essa dimensão, um espaço de destaque no desenvolvimento econômico e social de várias localidades e nos meios de projeção de políticas públicas. A ideia da agregação da cultura, em contraponto com a vivência dos centros urbanos, tem sido amplamente considerada nos entremeios do turismo. Os municípios passaram a ser “explorados” e “comercializados”, sendo unidos por características tidas em comum. Na concepção do mercado, corre-se o risco de realçar as identidades tidas em comum e de maior apelo comercial em detrimento de características próprias e exclusivas de comunidades particulares.

A identidade cultural no Brasil não é tão fácil de manter, assim como preservar as tradições, diante dos longos anos em que o país esteve em processo de colonização. Esse extenso processo refletiu-se significativamente na miscigenação do povo brasileiro, modificando constantemente hábitos e costumes até então bastante preservados. Os padrões culturais tradicionais tornam-se mutáveis sendo difícil conseguir estabelecer normas e regras que zelem pela manutenção dos valores tradicionais estabelecidos e legitimados na comunidade.

As populações que habitavam o Brasil colonial possuíam raízes culturais próprias, advindas de suas tradições, ou seja, produzidas pelas comunidades históricas e para o público. Com a evolução, começam a surgir novos cenários de vida, que se expandem mais com o convívio intercultural, e vão-se agregando vivências e experiências distintas.

A cultura advém do cotidiano das pessoas, e a população menos favorecida também se projeta no universo coletivo. Todos convivem normalmente, cada um a seu modo, sendo reconhecidos na nova cultura como portadores da cultura popular, uma vez que se distinguem da cultura erudita.

A cultura popular representava, antes, apenas o sofrimento das variadas classes trabalhadoras. Após seu crescimento, passou a ser compreendida pela cultura erudita e, em outros casos, aceita sem muitas exigências. Começaram a surgir, no século XX, as chamadas culturas de massas. Assim, a cultura passou a ser veiculada, atingindo variados públicos sem definições de grupos culturais; é simplesmente distribuída pelos meios midiáticos, que buscam atingir o maior número de pessoas possível sem utilizar critérios para tal.

## **2. O ENFOQUE CULTURAL DIANTE DAS TENDÊNCIAS MUDIÁTICAS**

A facilidade de acesso à mídia não trouxe apenas aspectos positivos. Aliada aos benefícios do crescimento, surge a indústria cultural que atua na mercantilização de culturas que não são desenvolvidas pela comunidade, e sim introduzidas nos lares por meio dos meios de comunicação, convivendo em paralelo com os demais conceitos de cultura — erudita, popular e de massa. Faz uso de culturas que não são locais, provocando um choque cultural e uma verdadeira massificação de produtos que não fazem parte da realidade vivenciada por determinadas sociedades.

Nessa perspectiva, Michel Thiollent, em prefácio à obra *Globalização e diversidade cultural* de Hassan Zaoual, afirma que um dos mais importantes aspectos do pensamento do autor se refere à elaboração de uma teoria do local, em sua dialética com o global, designada como teoria dos “sítios simbólicos de pertencimento” ou de “pertença” (*sites symboliques d'appartenance*). Ele explica que um sítio é um local em sentido geográfico (bairro, cidade, microrregião, região, país etc.) e também em sentido simbólico (adesão a uma cultura, a uma ideologia, a uma religião), remetido a significados específicos definidos por seus atores que, em função de sua identidade, de um lado, podem aceitar ou recusar o que lhes é proposto ou imposto de fora e, por outro, procuram soluções originais para seus problemas (ZAOUAL, 2003).

Por esse aspecto, percebe-se, então, que a mídia se empenha em veicular os bens de consumo em larga escala por meio de uma produção em série, sem demais preocupações, tendo em vista a velocidade e o fluxo de mensagens que são produzidas e que circulam constantemente, atingindo quantidade considerável do público. O estreitamento dos mercados globais facilita a aproximação da sociedade pela mídia, possibilitando que as informações estejam ao alcance de variados públicos em diferentes lugares, ao mesmo tempo, facilitando a base estrutural que irá propiciar o desenvolvimento comercial.

A cultura passa a ter uma melhor representação interna e externa na comunidade — todos são monitorados constantemente pelos meios de tecnologias avançadas. A sociedade começa a perceber que a vida tem-se tornado cada vez mais pública, ou seja, o mundo sabe o que se veste, se come, se consome. A cada momento surgem novas invenções que superam e tornam obsoletas as já existentes anteriormente. Vive-se em uma sociedade global que absorve rapidamente todas as inovações tecnológicas e que busca satisfazer todas as necessidades, criando ao mesmo tempo um mercado repleto de bens supérfluos que se destinam a diferentes públicos.

Assim, assevera Martín-Barbero (2002: 312):

*[...] se constata a identificação do público com a cena midiática e a assimilação de seu discurso ao modelo proposto pelos meios em particular, pela televisão, com o qual a desfiguração da política estaria chegando a ponto de sua própria dissolução.*

A veiculação das diversas mensagens mercadológicas que se recebe constantemente de maneira consciente, ou até mesmo inconscientemente, provoca inquietude e busca meios diversos de satisfação. Caracteriza-se um mercado globalizado que gera unificações diversas e pode também estar refletido no meio cultural e turístico de uma forma geral.

Quando se trata de mercado, ou produto de consumo, tem-se de refletir a essência do que se pretende oferecer, requerendo a análise da cultura como produto turístico sustentável e estudos significativos que compreendam o fortalecimento da identidade cultural da comunidade. A cultura, quando apresentada sob forma de produto, tem de passar por uma análise bastante cautelosa em termos de mercado. Torna-se necessário conscientizar que nem sempre o retorno é positivo quando se transformam peculiaridades culturais em objetos de consumo — como no caso do turismo cultural.

Conforme Cuche (2002), a identidade constrói-se na essência de contextos sociais que indicam o posicionamento de participantes e elegem suas próprias escolhas e representações. Contudo essa construção da identidade não pode ser observada como uma ilusão, uma vez que produz efeitos sociais legais e possui total eficácia e real reconhecimento no contexto em que se insere.

Dessa forma, é imprescindível que qualquer atividade turística se inicie na comunidade local. É importante uma maior participação entre os órgãos públicos e a definição dos interesses, a saber, a aceitação em colaborar para permitir a abertura de espaço para a entrada de novas pessoas de variadas e distantes identidades. Somente, então, pode-se passar a receber e trocar experiências, de maneira a contribuir para a inserção de desenvolvimentos econômico, social e cultural nos sujeitos dispostos aos novos contatos.

Seguindo Zaoual, a construção de novas teorias, conceitos e princípios de novos saberes e, em sequência, a forma de ação no campo, cada vez mais levam em conta as contingências qualitativas de cada meio. Nesse caso, percebem-se os paradigmas pluralistas dos sítios simbólicos de pertencimento, que, quando aplicados, dizem respeito à diversidade e à multiplicidade das práticas locais. O sítio simbólico de pertencimento é um marcador imaginário de espaço vivido. Trata-se de uma entidade imaterial (ou intangível) que impregna o conjunto do universo local dos atores (ZAOUAL, 2003).

### **3. TURISMO CULTURAL E COMUNIDADE: A BUSCA DE UMA RELAÇÃO HARMÔNICA**

A atividade turística torna-se uma excelente ferramenta de desenvolvimento econômico e social, por meio da cultura que tem sido uma grande aliada do turismo, segmento que se tornou um dos maiores em crescimento e valor agregado. A história do setor do turismo está associada à própria formação da humanidade. Afirma Costa (2005: 280):

*A gênese do turismo permeia-se e confunde-se nos mais diversos meandros da história das civilizações, desde as mais remotas da Grécia antiga, quando da construção de equipamentos de lazer, recreio e desporto, como os circos, teatros e anfiteatros; associados a este há também o período da romanização com as saunas, corridas, arenas, espetáculos entre outros. É perceptível em outros locais momentos temporais ainda mais remotos, tais como no Crescente Fértil e na antiga Babilônia com os jardins suspensos e jardins zoológicos e, na civilização maia, o Tikal.*

Em reforço às ideias anteriores, segundo o mesmo autor, entre os séculos XVIII e XX, a atividade turística consolidou-se em torno de um conjunto de realidades. Destacam-se fatos, como a realização do *grand tour*, como uma das condições de formação do *gentleman* e a sua admissão nas cortes; a origem do primeiro pacote turístico (*package*), criado por Thomas Cook no século XIX, em 5 de julho de 1841, com a realização da primeira viagem comercial de comboio para um grupo de 570 pessoas; o fenômeno do turismo de massas, que se originou na década de 1950, com um maior desenvolvimento entre as décadas 1960-1970, em função do desenvolvimento da aviação comercial e da criação das operações em voo fretado.

Para alguns teóricos essas operações aceleraram uma florescente indústria do turismo, que passou a ser de fato um verdadeiro agente de geração de emprego e renda quando bem estruturado e planejado. Agregam-se valores que permitem melhor aproximação e enriquecimento cultural de turistas e visitantes, principalmente na interação com a comunidade local.

Dessa forma, têm-se criado diversos roteiros e atrativos turísticos nos mais variados segmentos, especialmente quando surge uma relação e busca de um momento em que a qualidade de vida que o campo pode oferecer, em contraponto com o ritmo dos grandes centros urbanos, é o grande atrativo, como o turismo rural. Assim, esclarece Moura (2001: 71):

*A procura por ambientes naturais, litorâneos ou campesinos é hoje quase uma obsessão do homo urbanus, na verdade uma necessidade física e psicossocial, pressionado que está pela correria do dia a dia, o tempo espremido pelas obrigações do trabalho, da família e da mera sobrevivência.*

No entanto, a relação entre o turismo e a cultura deve estar bem alinhada com a comunidade, que valoriza seu ambiente, é reconhecida pelo trabalho que desempenha e reflete a possibilidade de executar variados investimentos que podem ampliar o desenvolvimento econômico e social. Dessa forma, apenas por intermédio da comunidade é que existem condições satisfatórias de manter e preservar, de forma sustentável, todo o legado cultural que precisa ser resguardado para o melhor aproveitamento.

Conforme esclarece Dencker (2004), em muitos casos, o morador é apenas informado sobre seu patrimônio, não participando do processo de identificação e significância deste. Os técnicos da preservação e o Poder Público (municipal, estadual ou federal), legitimado pelo saber científico e poder político, inventariam os bens com base nas perspectivas externas aos moradores. Priorizam, sobretudo, determinados projetos arquitetônicos, bens de maior significado histórico ou áreas específicas em decorrência da pressão de grupos econômicos.

Ainda, segundo Édson Leite e Marques (2006: 116),

*cumpra conhecer, analisar e respeitar os hábitos de lazer da comunidade e seus anseios para poder estabelecer projeções de como a conscientização da comunidade e a intervenção de animadores poderá provocar uma mudança benéfica para o melhor aproveitamento do tempo livre.*

A atividade turística, realizada de maneira satisfatória, requer investimentos em fatores importantes que assegurem o melhor conforto para quem está buscando e também para quem está oferecendo serviços. Entretanto o turismo ainda pode se apresentar por meio da procura e da oferta. Pela oferta, identifica as influências sociais, culturais, patrimoniais, ambientais, políticas e econômicas; pela procura, destaca-se o compromisso de encontrar os melhores serviços, como alojamento, restauração, transportes, serviços de viagens e operadores turísticos, locadoras de veículos, serviços culturais e serviços recreativos e de lazer. O objetivo é identificar as melhores condições durante a permanência do turista, ou visitante, na perspectiva de atender em alto nível às necessidades básicas e à promoção do diferencial cultural.

A efetiva participação dos gestores nesse processo é fundamental, sendo compreendida como um dos fatores imprescindíveis para a garantia do desenvolvimento das comunidades, que às vezes não dispõem sequer de conhecimentos básicos para uma melhor recepção de turistas ou visitantes. Nesse sentido, entre as prioridades, não se pode deixar de citar a importância de investimentos em educação patrimonial que é uma excelente ferramenta no auxílio e na viabilização da prática do trabalho nas comunidades, beneficiando em muito no esclarecimento do uso das potencialidades de que dispõem e que não estão sendo bem aproveitadas. Dessa forma, garantem-se o desenvolvimento e a sustentabilidade dos recursos turísticos e culturais sem que haja o

enfraquecimento ou perda deles, com uma efetiva sensibilização da comunidade diante de seus patrimônios culturais.

Eis o conceito de patrimônio cultural do Conselho Internacional de Monumentos e Sítios (Brasil):

*patrimônio cultural é uma noção muito ampla, pode-se dizer que é tudo que se relaciona com a cultura, com a história, a memória, a identidade das pessoas ou grupos de pessoas — coletividades de natureza como grupos familiares, associações profissionais, grupos étnicos, nações: são os lugares, as obras de arte, as edificações, as paisagens, as festas, as tradições, os modos de fazer, os sítios arqueológicos.*

Embora essa ideia de patrimônio como conceito e prática das sociedades e governos tenha sido de origem europeia, possui uma amplitude que atende desde um determinado conjunto social, com sua cultura, identidade e bens próprios às mais diversas formas de vida e experiências no modo de saber e fazer das tradições locais de qualquer outro lugar.

Verifica-se também, nesse caso, a importância dos sítios simbólicos. Zaoual (2003: 112) esclarece:

*um sítio é antes de tudo, uma entidade imaterial, logo invisível. Impregna de modo subjacente os comportamentos individuais e coletivos e todas as manifestações materiais de um dado lugar (paisagem, habitat, arquitetura, saber fazer, técnicas, ferramentas etc.). Desse ponto de vista, o sítio é um espaço, um patrimônio coletivo que estabelece sua consistência no espaço vivido dos atores. Sua “caixa preta” contém os mitos fundadores, as crenças, os sofrimentos, as provações duras, as revelações, as revoluções atravessadas, as influências recebidas ou adotadas por um grupo humano. Tudo isso se concentra na identidade do sítio transmitida pela socialização entre gerações.*

O sítio fundamenta, pois, a pluralidade da diversidade cultural, representa um conjunto da humanidade, que é única e ao mesmo tempo diversa. Possui sua singularidade, como também está aberto em seu entorno local, regional, nacional e mundial. Alimenta-se dessas variadas formas de diversidade, não permitindo seu isolamento. Ele contém uma composição de identidades culturais que se reconhecem naturalmente entre si.



#### **4. A CULTURA COMO FATOR DE SUSTENTABILIDADE E O TURISMO CULTURAL**

Na última década, tem sido comum a atribuição de variados conceitos ao desenvolvimento sustentável. Para Jesus (2007), as temáticas que envolvem desenvolvimento local e sustentável vêm crescendo constantemente dos anos 1990 aos dias atuais, suscitando grande interesse nos meios acadêmico e profissional. A atividade turística intensifica-se diante das variedades de potencialidades que existem, propiciando o fortalecimento da identidade e das manifestações culturais, contribuindo dessa maneira para o desenvolvimento local. A abordagem do autor versa em um planejamento por meio de ações coordenadas e descentralizadas, estando focalizado e destinado a ativar e melhorar de forma sustentável as condições de vida dos habitantes de uma localidade, estimulando a participação de todos os envolvidos.

Eis a definição básica de sustentabilidade segundo Costanza, Patten (1995) *apud* Zancheti (2002: 79,81):

*Um sistema sustentável é aquele que sobrevive ou persiste [...] um sistema é sustentável se e somente se ele persiste em seu estado de comportamento nominal (esperado) tanto ou mais que sua longevidade natural, ou expectativa de vida; e nem a sustentabilidade de um componente ou subsistema, calculado por um critério de longevidade, assegura a sustentabilidade de um sistema de nível superior.*

Nessa análise, a sustentabilidade é um conceito que requer um estudo multidimensional e interdisciplinar para sua devida compreensão, incluindo as dimensões econômica, política, social ambiental e cultural que permeiam a sociedade.

Quando o respeito é cultivado e levado em consideração, a durabilidade do patrimônio cultural torna-se extremamente prolongada e recriada. Nesse sentido, destaca-se a importância rigorosa da análise de conversão do patrimônio cultural em atrativos turísticos. Esse procedimento, por ser delicado, necessita, como destacado anteriormente, da compreensão e do envolvimento da comunidade assegurando-se o desejo de abrir suas portas para receber bem os visitantes, fator este que é extremamente problemático, uma vez que é comum perceber-se a comunidade excluída do processo.

A importância das comunidades possuírem identidades e manifestações culturais estruturadas e preservadas é essencial. Conforme visto em Tauk Santos (2008), a reconversão cultural pode ocorrer de modo não planejado, como resultado de processos migratórios, turísticos ou de intercâmbios, em que o hibridismo cultural é um fenômeno que tem fortes influências. A estruturação da identidade local é uma forma de contenção desse processo que evita a “quebra” patrimonial.

Por meio de fatores diversos, as comunidades nem sempre dispõem de clareza e conhecimentos técnicos para reconhecerem suas potencialidades e atrativos turísticos.

Contudo a ausência de certos conhecimentos não deve impossibilitar sua identificação simbólica. Essa descoberta indica ser difícil a apropriação coletiva. A situação explicita a necessidade e a importância na execução de programas de educação patrimonial nas comunidades como base de fortalecimento e reforço das raízes culturais e identitárias. Impõe-se promover o turismo de forma integrada e propiciando o desenvolvimento local por meio do crescimento econômico e social. Oportuniza-se, assim, melhores condições de vida e o resguardo de potencialidades turísticas e culturais com sentimento de pertença.

Concordando com Beni (2000), a falta de conhecimento sobre a complexa relação entre turismo, cultura e meio ambiente, bem como a ausência de uma coordenação entre as políticas de desenvolvimento local, retardaram o reconhecimento do impacto das atividades turísticas sobre o meio ambiente e, também se pode sugerir, sobre as identidades próprias das localidades. Consta-se a necessidade de uma maior integração da comunidade com os interesses político-ideológicos e com o desenvolvimento sustentável local por meio da atividade turística. É imprescindível a preservação e a salvaguarda da cultura e do patrimônio aliadas ao desenvolvimento sustentável local. Convém compreender a importância de preservar a memória do município, a fim de identificar suas potencialidades e estimular a participação da comunidade nas ações de políticas públicas para o município.

Na atualidade, a sustentabilidade turística, por meio da cultura, não consegue impor-se com ênfase na definição das políticas públicas. Assim, é essencialmente propício seu desenvolvimento, pois não se atém a um segmento específico, e sim contempla vários segmentos da sociedade. Permite que a criatividade transmitida entre os novos e os antigos acontecimentos impulse a sociedade a construir um novo modelo de referências em relação ao futuro. Infelizmente as políticas culturais pouco são pensadas em termos de sustentabilidade, apesar de possuírem meios de intervenção que geralmente se aproximam das subjetividades humanas.

Compreende-se que a cultura não muda rapidamente; assim, se qualquer perspectiva de desenvolvimento sustentável pressupõe uma mera atitude psicológica essencialmente futurista, é muito difícil encontrar geração capaz de prever todos os acontecimentos implicados na evolução cultural. Contudo é perceptível que o indivíduo tem consciência do alcance de seus atos nas gerações vindouras e tem preocupações em desenvolver e propiciar modelos de responsabilidade comum no sentido de contemplar e repercutir da melhor forma possível na vida futura da sociedade.

A princípio, esse modelo de estado ideal, numa perspectiva de desenvolvimento cultural, deve partir do reconhecimento dos cenários nos quais os atores sociais estejam realizando interação e buscar a construção de espaços que modifiquem valores e formas

de enxergar a vida em sociedade. Por essa análise, o incentivo ao desenvolvimento da cultura não pode estar associado apenas em realizar produtos com viabilidade econômica de mercado e que venham a evidenciar empresas, menos ainda oferecer a cultura num caráter de produto a ser consumido. É necessário entender a cultura como um processo de formação de significados que ofereçam e confirmem sentido ao modo de vida dos indivíduos e das comunidades.

Concordando com Van Bellen (2007), atingir o progresso em direção à sustentabilidade é claramente uma tendência da sociedade, das organizações, das comunidades e dos indivíduos. Como envolve diversas escolhas, para alcançar essa mudança é necessário que haja maior envolvimento da sociedade. Em síntese: o desenvolvimento sustentável força a sociedade a pensar em termos de longo prazo e reconhecer o seu lugar de identidade diante de um mundo cada vez mais uniformizado. Dessa forma, permite uma nova perspectiva de observar o mundo e mostrar que atualmente o comportamento humano tem sido inadequado para preencher as exigências refletidas. Assim, é evidente ocorrerem melhores perspectivas de comprometimento e melhoria da qualidade de vida para as próximas gerações.

Os interesses do desenvolvimento sustentável instigam as novas instituições sociais, particularmente as do Terceiro Setor, que percebem as mudanças globais e, mesmo assim, têm resistido em reconhecer que o processo esteja realmente ocorrendo. Ressalta Van Bellen (2007: 38):

*As diferenças em relação ao conceito de desenvolvimento sustentável são tão grandes que não existe um consenso sobre o que deve ser sustentado e tampouco sobre o que o termo sustentar significa.*

Sendo assim, conseqüentemente, não existe consenso sobre como medir a sustentabilidade. Em geral, compreende-se que o sistema interage entre as diferentes dimensões, mas não se conhece especificamente o impacto das interações.

Essa mesma relação permeia o desenvolvimento sustentável cultural. Há muitas definições, entretanto sabe-se verdadeiramente que o anseio da sociedade é o alcance da sustentabilidade por meio do progresso que envolve os mais variados fatores que suscitem melhores oportunidades e crescimento para todos os indivíduos que compõem as comunidades. Por esse comportamento, o fator cultural apresenta fortes indícios de crescimento, revela Vecchiatti (2004: 94):

*Pensar na cultura como fator de desenvolvimento significa valorizar identidades individuais e coletivas, promover a coesão em comunidades e levar em consideração que as características da cultura podem ser um fator de crescimento em determinado território, como é o caso de diferentes regiões rurais com relação aos seus produtos agrícolas, seus costumes e paisagens aproveitadas pelo turismo.*

Relativamente, nota-se que a cultura em um país como o Brasil ainda é percebida como um elemento supérfluo, em contraste com diversos outros setores, como saúde, educação e transportes, que penam por políticas públicas efetivas. Assim, a cultura encontra sérias dificuldades e impossibilidades de viabilidade econômica decorrentes de verbas restritas para projetos e ações que agreguem valores culturais os quais permanecem inertes sem conseguir atender à efervescência das manifestações de uma forma geral.

O desenvolvimento em conjunto com o crescimento econômico não conseguirá resultados significativos apenas com a implantação de um elemento específico da cultura. Exige-se a interação dos mais variados centros de influências, como artes, escolas, instituições públicas e privadas. Principalmente políticas públicas que balizem e norteiem as ações governamentais e sejam capazes de impulsionar o aperfeiçoamento e a interação desses centros na busca de resultados significativos que atendam com excelência aos interesses da sociedade.

A cultura é o âmbito básico em que uma sociedade gera valores e os transmite de geração em geração. Assim, são notáveis, a respeito, os resultados alcançados por sociedades que cultivam consistentemente o voluntariado nas novas gerações. A ação voluntária reúne muitos valores, tendo principalmente grande valor educativo, produz resultados econômicos significativos ao acrescentar horas de trabalho sem salário a programas relevantes para a sociedade, e é um estímulo que promove sentimentos de solidariedade e cooperação.

Um recurso cultural pode ser compreendido como todo o fazer humano; pode estar entre os bens materiais ou imateriais que representem a cultura das classes mais abastadas e também a cultura dos menos favorecidos. Esse recurso, considerado como patrimônio cultural, não pode ser entendido apenas pelos prédios e monumentos históricos e contemporâneos, e sim pelo conjunto de bens materiais, hábitos, usos, costumes, crenças e forma de vida cotidiana que conferem e configuram significados à vida em sociedade.

Os significados simbólicos que se expressam nos universos culturais traduzem a criatividade dos homens no presente e nas tradições vividas pelas antigas gerações. Assim, confirma Bennett (1995) *apud* KÖHLER & DURAND (2006: 43):

*O termo cultura pode ser usado para designar um produto ou processo. No primeiro, significa o conjunto de atividades artísticas e culturais na forma de produtos tangíveis e intangíveis. A cultura consiste em edifícios, músicas, danças, pinturas, festivais, entre outros produtos gerados pelas diversas áreas culturais. No segundo, a cultura assume um sentido antropológico, referindo-se ao modo de vida de uma determinada população. Nesse sentido, pode-se dizer que existe uma cultura brasileira, uma afro-brasileira, uma paulistana, entre diversas outras.*

Por essa perspectiva do desenvolvimento turístico, os universos de representações culturais projetam-se como um atrativo para o turismo. O vasto potencial em bens culturais exige reconhecimento dos interesses comuns por parte dos promotores turísticos, da comunidade e dos visitantes.

## **5. TURISMO CULTURAL: DA LEI AO ATRATIVO**

O turismo cultural, segmento que mais tem crescido nos últimos anos, precisa de políticas públicas com diretrizes no intuito de promover o desenvolvimento sustentável na interação cultural entre as comunidades e a sociedade como um todo.

Planejar, nos tempos atuais, não se restringe apenas a organizar um determinado espaço físico, produtos e serviços. Precisa-se levar em consideração que uma manifestação cultural merece ser vista como um bem cultural; devem ser valorizadas as funções que atendam à qualidade de vida da população local. Principalmente quando esses bens dizem respeito ao meio ambiente e à natureza, é preciso medidas diferenciadas e diretrizes oficiais que regulem a prática das ações do turismo na região, visando à preservação do mesmo.

A dimensão ligada à demanda turística requer, conforme Köhler e Durand (2006), a delimitação do que constituiria atrativo cultural. Os espaços e objetos de forma diferenciada tornam difícil definir o que é e o que deixa de ser uma atração cultural. A expansão desenfreada de espaços e objetos tidos como culturais e a natureza “subjetiva” da experiência turística dificultam a conceituação e regulamentação do Poder Público numa proposta de fomento do turismo cultural.

Outro fator que merece bastante atenção é o fluxo de turistas estrangeiros assim como a demanda de investimentos de capital em determinadas regiões de comunidades com baixo poder aquisitivo. Essa prática de atividade — que muitas vezes leva o turista a adquirir um segundo imóvel nessas regiões pela facilidade de aquisição — pode ocasionar também sérios desgastes na realidade cotidiana dos autóctones. Poderá emergir um choque cultural que possibilite mudanças significativas nas manifestações, no modo de viver, no patrimônio cultural ou outra forma que inviabilize a excelência na interação que gera resultados positivos para ambos.

A Lei federal n.º 11.771/08, de 17 de setembro de 2008, estabelece normas sobre a Política Nacional do Turismo. Assim, são definidas as atribuições do governo federal, por meio do Ministério do Turismo, sobre o planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico. Aborda-se a divulgação institucional no país e no exterior, bem como o cadastro, a classificação e a fiscalização dos prestadores de serviços turísticos. Nessas circunstâncias, a lei considera a atividade turística como um elemento que desencadeia

e propicia o desenvolvimento econômico-social para a região e o País, e essa criação de recursos deve ser por meio de movimentação econômica, geração de emprego, distribuição de renda e divisas. Considera-se o desenvolvimento sustentável nessa dinâmica como ação norteadora da política, tendo como meta a conservação do patrimônio natural, cultural e turístico brasileiro.

Essas diretrizes tornaram-se viáveis diante da descentralização e regionalização da política para uma melhor operacionalização da lei. Permite-se aos estados e municípios realizarem o planejamento de suas atividades turísticas em seus territórios desde que atendam aos requisitos que preconiza a referida lei. É estabelecido que se deve assegurar amplo apoio na redução das desigualdades sociais e econômicas regionais, sendo necessário inclusão social, acessibilidade, qualificação da mão de obra e incentivo com condições diferenciadas para jovens, idosos e pessoas com necessidades especiais.

A conservação ambiental é também contemplada. Cabe ao planejador estabelecer parâmetros que objetivem o mínimo impacto possível sobre o meio natural. Quanto às populações que residem nas áreas estabelecidas pelas políticas, é assegurada a efetiva participação assim como o acompanhamento e o gozo dos benefícios que porventura advenham de atividades econômicas exploradas na região em que se situem. A responsabilidade e a preservação ficam sob cuidados também dos indivíduos que ali convivem.

Para Swarbrooke (2000: 111), é necessário começar a visualizar o turismo sustentável como um sistema aberto em que cada um dos elementos afeta os demais. Ou seja: uma mudança em qualquer que seja o elemento suscitará uma reação em cadeia nos outros elementos ligados ao sistema. Um exemplo claro é a tentativa de reduzir o fluxo de turistas: essa ação pode amenizar os impactos locais como também prejudicar a comunidade que adquire sua renda de acordo com o número de pessoas que ali circula diariamente. Coloca-se, pois, em risco a empregabilidade.

O autor reflete uma cadeia de causas e efeitos centralizados na natureza e sua exploração local. Questiona como tem sido a relação de parceria entre governos locais, empresários de setor turístico e as comunidades tradicionais. Há uma transparência e efetiva participação em todo o planejamento e desenvolvimento desses três grupos? As populações têm acesso às informações que possibilitem ampla argumentação e questionamentos que tratem de interesse local? Na prática, essas relações nem sempre são respeitadas como deveriam. Aproveita-se da ingenuidade e da falta de esclarecimento dos habitantes para estimular um desenvolvimento econômico com uso de peculiaridades que acarretam desgastes nos costumes e modos de viver das comunidades.

O teste para o desempenho e equilíbrio das políticas de turismo está em vigor. Cabem muitas reflexões para que se compreenda e consiga estabelecer diálogos nos sentidos diversificados que efetivamente sejam consistentes e pertinentes com a

realidade local. Pergunta-se como a aplicabilidade da lei e o seu efeito positivo, sustentável poderão assegurar a promoção do desenvolvimento cultural por meio do turismo e a criação de ambiente harmônico entre as comunidades locais, os turistas e a sociedade como um todo?

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As reflexões apresentadas neste artigo estão balizadas em quatro ideias principais: desenvolvimento, turismo, cultura e sustentabilidade. Na última década, o turismo cultural vem ganhando grande espaço entre as políticas públicas. No entanto, observa-se que, muitas vezes, são as políticas que partem de cima, sem uma preparação e estruturação na esfera local, isto é, ao lado da comunidade e de seus habitantes. Tornam-se, assim, os investimentos devidamente invertidos para o desenvolvimento local. Além disso, corre-se o risco de realçar as identidades tidas em comum e de maior apelo comercial em detrimento de características próprias e exclusivas daquela comunidade. O sentido evocado por Zaoual sobre *homo situs* é central nessa questão, pois traduz o caráter subjetivo e emancipatório do ser humano inserido nos designados sítios simbólicos.

As políticas públicas precisam, pois, estar mais próximas da realidade regional/local, evitando o distanciamento que comumente se percebe entre o ideal e o nível da ação. Alguns preceitos são extremamente importantes para evidenciar e dar funcionalidade prática às políticas, como a participação e a formulação de conceitos nas bases locais. Ou seja, a ação não pode apenas se dar nas esferas governamentais e nos grandes investidores comerciais e permitir apenas participação parcial a quem de fato é detentor e possui sentimento de pertença na comunidade e em seu patrimônio como um todo.

Compreende-se que o turismo é uma das opções significativas de desenvolvimento econômico local. Questiona-se de que maneira o turismo e a cultura juntos podem estabelecer uma relação sustentável. Em que medida as comunidades não colocam em risco suas raízes e identidade cultural que exigem autenticidade e limites de ordenação. Preservar é manter as manifestações artísticas, folclóricas, culturais, gastronômicas, entre outras e encaminha-se a chave de ouro para uma sustentabilidade. O foco, então, impõe-se na promoção do turismo de forma integrada, propiciando o desenvolvimento sustentável local por meio do crescimento econômico e do desenvolvimento social, em respeito às peculiaridades culturais e simbólicas próprias da comunidade.

## **7. REFERÊNCIAS**

- BENI, Mário Carlos. Sobre turismo: teoria e prática. In: GELAS LAGE, Beatriz Helena; MILONE, Paulo Cesar (orgs). *Política e estratégia do desenvolvimento regional*. Planejamento integrado e sustentável do turismo. São Paulo: Atlas, 2000.
- BRASIL. Lei nº. 11.771, de 17 de setembro de 2008. *Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do governo federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei nº. 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei nº. 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei nº. 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências*. Brasília, Diário Oficial da República Federativa do Brasil, 2008.
- COSTA, Carlos. Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do setor do turismo (1990-2000). *Análise Social*. Revista do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, vol. XL (175), p. 279-295, 2005.
- CUCHE, Denys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Bauru: EDUSC, 2002.
- DENCKER, A. F. *Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- ICOMUS Brasil. Disponível em: <[http://www.icomos.org.br/001\\_001.html](http://www.icomos.org.br/001_001.html)>. Acesso em: 29 dez. 2009.
- JESUS, Paulo de. Sobre desenvolvimento local e sustentabilidade. Algumas considerações conceituais e suas implicações em projetos de pesquisa. In: PEDROSA, Ivo; MACIEL FILHO, Adalberto; ASSUNÇÃO, Luis Márcio (orgs.). *Gestão de desenvolvimento local sustentável*. Recife: EDUPE, 2007.
- KÖHLER, André Fontan; DURAND, José Carlos Garcia. Patrimônio arquitetônico: conceito e diversidade de valores inscritos. In: AJZENBERG, Elza (org). *Arteconhecimento*. São Paulo: MAC USP, Programa Interunidades de Pós-Graduação em Estética e História da Arte, 2006.
- LEITE, Édson; MARQUES, Jane. Lazer, arte e cultura: aspectos sociais e econômicos. In: Elza Ajzenberg (org). *Arteconhecimento*. São Paulo: MAC USP, Programa Interunidades de Pós-Graduação em Estética e História da Arte, 2006.
- MOREIRA, Silvana Inês; OLIVEIRA, Elenice Esteves; SILVA, Jonas Severino. *Desenvolvimento cultural e turístico: uma relação passível de sustentabilidade?*. 2009. Comunicação apresentada ao 7. Fórum de debates: perspectivas interdisciplinares nas artes e nas humanidades na Universidade São Marcos e UNESP, São Paulo, outubro de 2009.
- MOURA, Antônio Márcio Ferreira de. Turismo, meio ambiente e espaço rural. In: FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime (orgs). *Turismo e patrimônio cultural*. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2005.



- TAUK SANTOS, Maria Sallet. Receptores imaginados: os sentidos do popular. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 17., 2008, São Paulo. *Anais...* São Paulo: UNIP, junho de 2008.
- VAN BELLEN, Hans Michael. *Indicadores de sustentabilidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
- VECCHIATTI, Karin. Três fases rumo ao desenvolvimento sustentável: do reducionismo à valorização da cultura. *São Paulo em Perspectiva*, 18 (3): p. 90-95, 2004.
- ZANCHETTI, Silvio Mendes. *Gestão do patrimônio cultural integrado*. Centro de Conservação Integrada Urbana e Territorial. Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Urbano. Recife: Universitária UFPE, 2002.
- ZAOUAL, Hassan. *Globalização e diversidade cultural*. São Paulo: Cortez, 2003.