

O TURISMO COMO PRÁTICA SOCIAL EM TERRITÓRIO INDÍGENA: A ALDEIA TURÍSTICA PUIWA POHO (FELIZ NATAL, MATO GROSSO, BRASIL)

Roberta Garcia Anffe Braid¹

RESUMO

Identificou-se que a atividade turística indígena realizada em uma propriedade rural localizada no município de Feliz Natal (Mato Grosso, Brasil) estava desencadeando relevantes mudanças no panorama das relações sociais, culturais e simbólicas da localidade, alterando a dinâmica do cotidiano através do processo de “turistificação” de um território agregado à Terra Indígena do Xingu, cuja intenção estava destinada à fruição de turistas. Desta forma, no contexto da comercialização global de produtos e serviços, os índios *Wauja* passaram a privilegiar a prática turística, conformando novos fluxos e formas de se relacionar com o mundo. A iniciativa privada estava apostando na geração de um território secundário como forma de gerar renda. Este artigo é um recorte da dissertação de mestrado defendida em 2006. O objetivo deste estudo foi compreender as sobreposições de territorialidades tradicionais (indígenas) e contemporâneas (não indígenas), conformadas por anfitriões e hóspedes, em que a presença de turistas registra novos vetores de mudanças. Para esta pesquisa, foram realizadas entrevistas com funcionários do empreendimento turístico (aldeia *Puiwa Poho*); comerciantes do município de Feliz Natal e, sobretudo, com os *Wauja*.

PALAVRAS-CHAVE: TURISMO. WAUJA. SOBREPOSIÇÕES. TURISTIFICAÇÃO. ALDEIA PUIWA POHO. FELIZ NATAL (MATO GROSSO).

¹ Formação: Graduação em Turismo pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUCAMP), Mestrado em Geografia pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) e Doutorado em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Atividade profissional: Docente bolsista de pós-doutorado da Universidade Federal do Amazonas. Endereço físico para correspondência: Rua Cinco, 158, CEP: 69055-230, Manaus, Amazonas. E-mail: rgabraida@yahoo.com.br

INTRODUÇÃO

Atualmente, os *Wauja* estão localizados na aldeia *Piyulaga*, situados na margem esquerda do rio *Batovi*, nas proximidades do município de Feliz Natal, Mato Grosso. Os últimos dados disponíveis oficialmente são dos agentes de saúde da Secretaria Especial de Saúde Indígena (SESAI²) que trabalham nas comunidades *Wauja* e eles apontaram que a população atingiu o número de 540 habitantes, em 2014 (SESAI, 2014). Os *Wauja* são reconhecidos por suas panelas de grandes dimensões e grafismos, ou zoomórficas (BARCELOS NETO, 2001, p. 138).

Em âmbito local, foi realizada a pesquisa etnográfica durante seis meses na “Terra Indígena do Xingu”, no Mato Grosso, em que foram vivenciadas as relações entre locais e os turistas; coletando-se dados de acontecimentos cotidianos, e, sobretudo, a partir dos resultados da pesquisa de mestrado em geografia da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul.

Esta análise focaliza o processo de conformação de uma prática no âmbito do turismo, como possível vetor do desenvolvimento local³, atrelado a decifrar os preceitos sociais capazes de influenciar a vida social dos *Wauja*, na transformação do território dos agentes sociais envolvidos.

No centro da problemática ligada ao turismo está o desequilíbrio entre a possibilidade dos indígenas obterem alguma renda, e de outro, os riscos de dissolução social e ruptura com os elementos tradicionais. Escolheu-se a aldeia do município de Feliz Natal no estado de Mato Grosso, mais conhecida como Refúgio Xingu Amazônico ou

² Portal SESAÍ: SIAI. Disponível em: <http://portalsaude.saude.gov.br/index.php/o-ministerio/principal/secretarias/secretaria-sesai/mais-sobre-sesai/9518-destaques>. Acesso em 09 de junho de 2017

³ A proposta de construir a aldeia para receber turistas aconteceu a partir do momento em que o proprietário da fazenda, no coração do Xingu, ficou impedido de criar gado e plantar soja na propriedade, considerando que a área era uma unidade de conservação. A única fonte de lucro para a propriedade dele seria com a implantação da atividade turística (BRAIDA, 2006, P. 42).

aldeia *Puiwa Poho*, por ser um território em que se tornava fácil perceber as contradições decorrentes da presença do turismo.

Constitui-se na visita controlada a uma aldeia construída exclusivamente para o turismo, em que muitos *Wauja* e autoridades públicas denominam de aldeia réplica, a cinco quilômetros da aldeia original (BRAIDA, 2006, p. 38). Criaram-se relações entre elementos originalmente distantes, gerando algumas vezes uma desconfortável sensação de artificialidade, em que os envolvidos estavam utilizando este termo “réplica”, por ser uma estrutura construída pelos índios, idêntica à aldeia “original”, em que eles viviam na “Terra Indígena do Xingu” (Idem, 2006, p. 39). Neste caso, percebe-se o diálogo entre diferentes representações simbólicas. Para Knafou (1996, p. 64), uma das bases dessa relação reside na diferença entre a “territorialidade sedentária” da população local e a “territorialidade nômade” dos turistas.

No caso da aldeia *Puiwa Poho*, se apresenta o caso da apropriação de duas territorialidades nômades, considerando que os turistas e população local se deslocam para uma aldeia construída para a prática turística.

No entanto, constatou-se que os *Wauja*, tradicionalmente em contato com a vida mais simples; dependentes dos recursos naturais vinculados à pesca e agricultura de coivara, passaram a conviver com os costumes introduzidos pelo fluxo de turistas que solicitam os serviços destes indígenas para vivenciar o universo das comunidades indígenas.

Na busca por volatilidade dos serviços em expansão e alternativas de práticas diferenciadas, novas classes de consumidores emergem e o produto turístico também se flexibiliza para atender a nova demanda (URRY, 2001). Nasce o turismo étnico como algo singular, orientando lugares em potencial para a exploração turística. Trata-se da mudança na oferta turística, em que o turismo de massa é substituído pela vivência única em uma comunidade indígena. O turismo, realizado com bases indígenas, passou a ser um estímulo à diversificação de geração de renda para comunidades afastadas do perímetro urbano e que ficaram à margem na produção rural.

Com o passar dos anos, o turismo ampliou suas fronteiras e dinamizou os fluxos de pessoas, e, sobretudo, fez com que os lugares, antes caracterizados pela relação de

identidade e história com o indivíduo habitante (AUGÉ, 1994, p. 73), se tornassem, de fato, em lugares modificados para atender a satisfação do turista, proporcionando o consumo em locais diferenciados. A presença de outros grupos sociais no campo que não os agricultores e a presença de serviços que tradicionalmente se localizavam nos centros urbanos, fazem com que universos distintos se aproximem, promovendo novas formas de integração e novas práticas sociais (BAPTISTA, 1994).

Entretanto, convém observar no caso da aldeia turística *Puiwa Poho* a incorporação de uma nova alternativa econômica, trazendo em cena o projeto de construir um território para receber turistas.

Por sua vez, o proprietário da fazenda se deparou com normas e restrições ambientais que o impedia de investir na produção agropecuária (gado e soja), considerando que sua propriedade rural havia se tornado uma Unidade de Conservação. Sendo assim, após a contratação da prestação de assessoria de uma empresa de consultoria turística, identificou-se que a região teria potencial turístico.

O espaço, dessa forma, passa a se conformar sob caráter híbrido, marcado pela sobreposição de limites, interdições, canais de comunicação, de certa forma passa sempre por se conflitar dando origem ao território numa dada porção do espaço, produzido material e simbolicamente pela sociedade. Sendo assim, é necessário obter instrumentos para análise, considerando todas as rupturas que emergiram no meio rural.

Segundo Raffestin (1993), os processos sociais são caracterizados pela representação do espaço que, ao se configurar, se torna um território.

Hoje, nota-se que aldeias indígenas têm um atributo peculiar, quando estes são criados e reformulados inteiramente para atender os desejos dos turistas. Essa tendência faz com que muitos turistas acreditem que não é mais necessário conhecer os lugares reais e suas paisagens, já que estas paisagens podem ser criadas e visitadas, muitas vezes, em outros locais e podem ser identificadas com os lugares originais. O eixo de análise é a interação dos *Wauja* e turistas em aldeia, em que solicitações interferem de maneira mais ampla nos processos de reordenação econômica e de transformações da identidade local com a presença do turismo. Segundo Forster (1964), as

transformações culturais são as mais degradantes para a população receptora, pois o turismo substitui o vínculo moral pelo vínculo comercial, nos quais as danças e as histórias que eram contadas passam a ser cobradas.

Identificou-se que o índice de visitantes estrangeiros é considerado baixo, mas recebem turistas de todas as partes do mundo, embora os moradores da cidade de Feliz Natal não conheçam o estabelecimento. Os moradores da cidade de Feliz Natal afirmam que construíram “um hotel para ver índio”, como eles identificam o lugar turístico, porém os únicos que demonstraram conhecer minimamente o empreendimento já trabalharam no local (BRAIDA, 2006, p 41).

Entretanto, a proposta de turismo na aldeia *Puiwa Poho*, consta a interação entre turistas e grupo étnico, não apenas de forma visual, mas também com atividades nas quais os turistas se colocam efetivamente nas práticas culturais do outro, mas não sabem e não procuram saber e não são informados sobre o motivo das danças e dos rituais, simplesmente observam o espetáculo.

Como se refere a uma prática predominantemente econômica, a atividade turística constitui-se em um fenômeno capaz de alterar as relações sociais, assim como é por ela concomitantemente influenciado, criando, até mesmo, padrões e comportamentos muito específicos.

Margarita Barretto (2000, p. 48), diz que o legado cultural transformado em produto para o consumo, perde seu significado - a cultura deixa de ser importante por si mesma e passa a ser importante por suas implicações econômicas. Assim, a história não é importante porque mostra as raízes, mas porque traz dinheiro.

Como o turismo poderia ser apropriado para legitimar a proposta de desenvolvimento baseada na criação de territórios agregados? Tal processo estava suscitando mudanças que redefiniram o cotidiano dos indígenas, pois provocaram transformações nas relações de subsistência dentro do assentamento indígena para outras voltadas ao turismo.

O ÍNDIO IMAGINADO

No país, comumente se identifica o surgimento de centros turísticos, voltados a atender a demanda de turistas passivos, interessados em uma experiência considerada “autêntica⁴”, em que ocorre a fuga do cotidiano, mas sem correr riscos de vida.

Isolados em um ambiente acolhedor, constatou-se que os organizadores do turismo e os indígenas produzem exposições, espetáculos e visitas aos espaços exóticos do lugar.

Em relação ao turismo, Araújo (2001, p. 23) ressalta que, para Daniel Boorstin (1992), autor do livro “*The Image: A guide to pseudo-events in América*”, a sociedade americana teria criado “um ticket de entrada na irrealidade”, intermediando a relação entre as pessoas e os fatos da vida, o que, na verdade, seria uma ilusão que tornaria nebulosa a “verdadeira experiência”.

Boorstin tece, ao longo de sua análise, a metáfora da irrealidade como sendo o resultado desse processo de transformação da viagem em turismo (*ibid*). Ou seja, a dimensão da irrealidade do mundo turístico fica bem exemplificada nas chamadas “atrações turísticas”, em face da sobreposição de realidade turística atribuída a espaços físicos naturais, arquitetônicos, tudo pode ser tratado turisticamente, como elemento de algo representado, encenado para turista ver, muitas vezes querem coisas que o mundo não consegue oferecer, produzindo assim a materialização do “pseudo-evento” (*ibid*).

As características culturais foram de grande importância na criação dos chamados “negócios étnicos”, entendido de modo geral como sendo um tipo de empreendimento, situado na sociedade de mercado, realizado por minorias étnicas - nomeadamente grupos de indígenas - que, em algum contexto, se destaca e ao mesmo

⁴ A autenticidade é um conceito recorrente na literatura analítica do turismo pelo menos desde o início dos anos 1960, quando Boorstin (1992) analisa e avalia as experiências de viagem dos turistas internacionais norte-americanos. Por exemplo, MacCannell (1976) formula uma elaborada teoria geral do turismo, dentro da qual a autenticidade ocupa lugar de destaque, e cria a expressão “autenticidade encenada”.

tempo se relaciona com a economia da sociedade majoritária onde está localizado (WALDINGER, 1986; VALDEZ MUNÓZ, 2002).

Segundo Augustin Santana Talavera (2003), o turismo étnico e cultural foi concebido como resultado do desenvolvimento do ciclo de vida das práticas turísticas consideradas convencionais, constando à complexidade da atual demanda de clientes potenciais que se encaixam em uma dicotomia modernidade/pós-modernidade.

Se por um lado, os turistas buscam a oportunidade de contato com florestas e rios, a visão de diferentes paisagens, a busca pelo novo, inusitado, sensação de liberdade e ter acesso a povos que poucos tiveram contato, por outro lado, os indígenas buscam uma alternativa de geração de renda como mecanismo de inserção mercadológica, e, simultaneamente, afirmam os diferenciais étnicos que lhes são próprios.

No entanto, o turismo é incorporado a uma estratégia econômica, empresarial e institucional, sob o mote da suposta bem intencionada conservação natural e cultural dos povos (TALAVERA, 2003).

Na visão de Boorstin (1992), a busca pelo exótico e diferente apenas confirma as imagens que inicialmente motivaram a viagem do turista. A busca de imagens pré-concebidas – caricaturas – substitui a autenticidade e a realidade do local pesquisado por expectativas provincianas, ou seja, pelo que o turista pagou e viajou tanto para ver: “O apetite do turista por estranheza parece assim ser mais bem satisfeito quando as imagens em sua própria mente são verificadas em algum país estrangeiro distante” (Idem, 1992, p. 109).

Jost Krippendorf (2000) salienta ainda que o diálogo intercultural não ocorre verdadeiramente entre o turista e o autóctone, principalmente quando a suposta relação se dá em “viagens dos ricos aos países pobres”. Nesse contexto, o autor destaca:

Os ricos vêm à terra dos pobres. Instala-se o turista em guetos ou similares – estabelecimentos, estes, que lhes são comuns – para atenuar o choque cultural e preservar a qualidade do repouso, colocando-o a salvo do país receptor e seus habitantes. O contato intensivo com os autóctones, do qual se gaba a publicidade, advém por ocasião das excursões em ônibus climatizado, sob a proteção do guia de viagem e no âmbito tranquilizador do grupo. O que deveria ser um encontro, sucumbe à ‘síndrome do zoológico’: uns e outros se observam. O autóctone torna-se um espetáculo e um tema de fotografias (Idem, 2000. p. 85).

Desta forma, os índios que não estiverem correspondendo à imagem congelada no tempo, diz-se que perderam sua tradição cultural, sendo assim não se encaixam no perfil do índio que pode ser visitado. As empresas de publicidade e as operadoras de viagem conseguem omitir as informações essenciais e resgatar as imagens romantizadas que são convertidas e reelaboradas em desejo.

Quem está capacitado para avaliar quais são os índios apropriados para a visitação?

A perspectiva do turista é construída através de uma coleção de signos e imagens. Sendo assim, de acordo com John Urry (2001), pode-se dizer que o turista, ao observar uma casa indígena, percebe a vida simples em comunidade. A profusão de símbolos e significados que se difundem na esfera social - oriundas dos meios de comunicação, circulação de bens - oferece ao turista a base de interpretação de outras experiências durante a viagem. O contato direto com os tradicionalmente em contato com a vida bucólica e simples, as trilhas na mata, as pescas e as danças que ultrapassam a experiência imediata do que está sendo vivenciado. O imaginário que gera oposições claras entre a vida rural e a vida urbana, em que a tranquilidade e o bem-estar são buscados por serem traços distintos do cotidiano. Os efeitos da vivência com os índios marcam o afastamento da vida comum para o mundo de descanso, onde os desejos são realizados.

Os territórios turísticos são adequados aos padrões estéticos e de consumo da cidade, mas é uma relação contraditória, pois o que atrai o turista é a singularidade.

O sociólogo Dean MacCannell (1976) refuta a perspectiva de Daniel Boorstin (1992), sustentando que o turista busca a experiência autêntica, sendo que é exatamente por almejar a autenticidade que o turista acredita no produto turístico que lhe está sendo apresentado para ser apreciado como original (*ibid*). Esse processo seria tão avançado que não apenas estaria afetando comunidades reais, mas produzindo pseudocomunidades para atenção turística (*ibid*). Diferentemente de Boorstin (1992), MacCannell (1976) afirma que nestas arenas criadas é que são necessariamente geradas as definições de realidade que viabilizam o acesso ao outro. O turismo, segundo

MacCannel (1976), se solidifica, nos significados pela qual se articulam os valores da vida moderna, por meio da qual seria o único meio do qual se estaria vivenciando a possibilidade de ter contato com a alteridade (*ibid*).

Nesse caso, a aldeia indígena original, primária, teria o distanciamento dos turistas, enquanto haveria a sobreposição de uma aldeia artificial, secundária, que se funda com o intuito de promover um ecoturismo/ turismo étnico com “experiências recreacionais de turistas” (GRUNEWALD, 1999).

A etnicidade elaborada nessa arena secundária, visando os recursos turísticos, seria a condição para a promoção de uma experiência de turismo étnico (*ibid*).

Ademais, segundo Margarita Barreto (2003, p. 31) surge a figura do “pós-turista”, definido como “um consumidor cool, que sabe que muitas das coisas que vê não são autênticas, que pertencem à cultura do simulacro, mas não se importa, desde que estejam revestidas de alguma aura que lhe agrade”.

Dito de outro modo, o pós-turista desloca a realidade cotidiana da comunidade receptora para vivenciar a fantasia do irreal.

Note-se, por exemplo, o caso dos *Wauja* na propaganda da operadora Freeway⁵ turismo, especializada nesse tipo de roteiro, que aponta as seguintes características do Refúgio Xingu Amazônico:

As tribos do Xingu destacam-se pelo encanto dos seus povos, suas crenças, vivências e costumes da tradição indígena. Os viajantes poderão vivenciar o dia a dia dos índios, trocar experiências e conhecer a cultura e culinária indígena, além de praticar o ecoturismo na região, em uma viagem inesquecível. Como não é possível a entrada de turistas no Parque Indígena do Xingu, que tem 14 grupos diferentes, foi concedido à Associação Puwixa Wene das tribos Waurá e Trumai uma área de preparação de uma aldeia fora do perímetro do Parque que servisse como base para o encontro dos visitantes e as comunidades indígenas. Nesta aldeia, os índios mostram a riqueza de sua cultura e do seu artesanato. No roteiro, será possível que os aventureiros passem quatro dias e uma noite com os índios na nova aldeia. Os viajantes irão dormir em redes e poderão tomar banho de rio na madrugada. Durante o dia participarão com diferentes tribos deslocadas ao local, de atividades como pesca, produção de artesanato cerâmico, palha e preparação do sal de aguapé. A hospedagem será no hotel Xingu Refúgio Amazônico, que fica somente a uma hora de barco da aldeia montada. O hotel foi implantado no formato de uma aldeia indígena.

⁵ Informações no site www.tribunapr.com.br/arquivo/viagem-turismo/roteiro-desvenda-o-cotidiano-dos-indios-em-mato-grosso/ ou no site www.freeway.tur.br.

Internamente as unidades são preparadas para oferecer conforto ao visitante, além de uma deliciosa comida servida no restaurante com vistas para o rio Von den Steinen. E, além de vivenciar toda a vida indígena, os viajantes poderão também praticar o que tem de melhor do ecoturismo: caminhada pela Floresta Amazônica, canoagem pelo rio Von den Steinen e pelo córrego Uiarapuro e observação de toda a fauna e flora da região.

Constata-se que a imagem do índio “romantizada”, “folclorizada” é consolidada pela mídia, e, paradoxalmente, a dimensão sócio-política e cultural é obscurecida pelo senso comum. Mesmo para aqueles mais habituados com a questão indígena e que, por isso, têm um conhecimento menos superficial do próprio termo, ainda é extremamente difícil que seja possível escapar das impressões estereotipadas.

A presença indígena na formação do Brasil é tratada nos livros didáticos, TV e jornais a partir de uma perspectiva europeia, dificilmente aparecem abordagens que não estão relacionadas com o passado remoto da história do Brasil. Nesta perspectiva, constata-se que a tendência da maioria das informações que chegam para o senso comum é generalizar a figura do índio colaborando para afirmar a falta de atualização para o mundo atual, “como se fossem um todo homogêneo, iguais entre si, fazendo parte apenas do passado” (GRUPIONI, SILVA, 1995, p. 11).

Muitos preconceitos recorrentes no Brasil foram originados pela própria história sob a influência do etnocentrismo europeu o qual marcou por muito tempo a historiografia ocidental e, particularmente, a brasileira (TROQUEZ, 2005).

A presença dos grupos indígenas no cenário brasileiro marca práticas diferenciadas. Sendo assim, as aldeias turísticas são produzidas, na medida, em que os indivíduos moldam a imagem do índio. Os discursos simplistas contribuem para compor o cenário das propagandas falaciosas: ora retratado como bom e ingênuo, ora ridículo e mau.

Nesse sentido, Coelho (2004) afirma que o turismo em aldeia indígena pode oferecer-se como uma prática que demonstre a hibridéz e a reformulações das representações em uma autenticidade que de tanto ser encenada passa a legitimar-se reabilitando valores locais.

O TERRITÓRIO SECUNDÁRIO

A produção de um novo contexto econômico e sócio espacial, decorrente do processo de apropriação das dinâmicas indígenas pela atividade turística é responsável pela geração de novas relações de poder e significação no território secundarizado.

Constatou-se que a aldeia turística *Puiwa Poho* foi reproduzida com a mesma estrutura que o assentamento original dos *Wauja*. Com a construção do empreendimento mudaram-se significativamente as práticas sociais, as trocas de objetos e as relações intertribais, ocorrendo à conformação de uma nova territorialidade⁶. A partir da inserção da atividade turística na aldeia, a relação social entre índios e turistas passou a se basear em representações e demonstrações de danças, o modo de fazer o beiju, o sal de aguapé, os rituais, com sentido de exibição e produto turístico. Ou seja, trata-se das modificações no “território inventado e produzido pelos turistas” (KNAFOU, 1996, p. 73) e de suas representações sociais e culturais, alterando a forma-conteúdo do espaço (SANTOS, 1996).

Entretanto, a aldeia *Puiwa Poho* ou *Refúgio Xingu Amazônico* é um tipo de alojamento construído em área densa de floresta, construído com materiais feitos de palhas, os mesmos utensílios utilizados para construir as aldeias indígenas da Terra Indígena do Xingu, e com instalações simplificadas, que proporciona a interação do turista com os *Wauja*. Em geral, os pesquisadores, incluindo antropólogos, imaginaram a proliferação de empreendimentos voltados para o turismo alternativo (SMITH E EADINGTON 1992) com os quais seriam desenvolvidas atividades em que a natureza estaria protegida pelo ecoturismo e os menos favorecidos pelo turismo étnico.

Usualmente, o empresariado que busca investir nesse segmento, procura construir hospedagens de pequeno e médio porte e operam com pouca sofisticação, no

⁶ Raffestin (1993) tece avanços consideráveis em sua discussão. O autor define territorialidade como: “[...] um conjunto de relações que se originam num sistema tridimensional sociedade-espaco-tempo em vias de atingir a maior autonomia possível, compatível com os recursos do sistema. [...] essa territorialidade é dinâmica, pois os elementos que a constituem [...] são suscetíveis de variações no tempo” (RAFFESTIN, 1993, p. 160-161).

entanto a sua localização deve ser uma área de mata preservada. Identificou-se que esse tipo de hotel é mais comum em regiões de floresta.

Observou-se que o “Refúgio Xingu Amazônico” é constituído de cinco acomodações em formato de ocas, não muito luxuosas, aconchegantes e feitas com palhas cujo objeto é oferecer aos seus hóspedes diversos serviços, especialmente aqueles ligados ao entretenimento e o contato com indígenas. Cada unidade habitacional dispõe de duas camas em cada, armários, área para rede, móveis rústicos e banheiros privativos e possuem pinturas feitas pelos indígenas e mobílias construídas com recursos locais, sistema de ventilação natural e energia solar e tratamento de água. As duas maiores casas são reservadas à exposição e comercialização do artesanato xinguno e um restaurante; uma delas é a casa dos homens, destinada a reuniões e manifestações culturais, a outra acomoda famílias indígenas e funcionários que moram no local. Segundo o gerente do empreendimento, o alojamento de selva “*Puiwa Poho*” apresenta peculiaridades estruturais que devem atender o conforto exigido, por grande parte dos turistas, com características que adequam os padrões de um empreendimento ecoturístico.

Desta forma, constatou-se que o “Refúgio Xingu Amazônico” adota o sistema “*all inclusive*” como forma de operação dos alimentos e bebidas. Na operação, os hóspedes pagam antecipadamente todas as despesas que serão efetuadas durante sua estada, ou seja, o valor está incluído na diária. No restaurante, além de servirem os alimentos e os peixes típicos da região, que em quase todos os casos, foram pescados pelos próprios turistas nos passeios de barco, também oferecem bebidas regionais e internacionais.

A capacidade de carga é seguida rigorosamente, considerando que o empreendimento comporta no máximo vinte e cinco pessoas. Os serviços podem ser classificados na junção de serviços internos e externos: em que o primeiro, consiste em acesso às instalações e aos equipamentos disponíveis e serviço de atendimento e refeições, enquanto o segundo oferece as apresentações típicas, passeio de bote, caminhadas em trilhas e pescaria. Os funcionários do Refúgio Xingu Amazônico esclarecem que como os índios precisam se deslocar até o local para a realização das atividades, os organizadores precisam preparar os alimentos, os quartos, fazer a limpeza

do estabelecimento, transportar os turistas de avião até a aldeia “Puiwa Poho”, sendo assim, torna-se mais difícil e não compensa a preparação para apenas poucos turistas.

Nos quatro dias que compreendem o pacote oferecido por uma agência de viagens, os Wauja circulam no Refúgio Xingu Amazônico e desenvolvem as atividades, como se fizessem parte daquele cenário. Os roteiros precisam atender os interesses dos turistas, sendo assim combinam de forma simétrica os passeios na floresta e o contato com a cultura local e a gastronomia⁷.

A transformação de danças, ritos e cerimônias em espetáculos teatrais, considerada profanação cultural, leva à perda de valores e significados culturais, além da espontaneidade no comportamento e nas manifestações tradicionais (FORSTER, 1964).

O impacto que a atividade turística causa na rotina da população indígena varia de lugar para lugar. Esses impactos são sentidos em diversos níveis: na reordenação espacial, redefinindo os usos dos lugares, na convivência com outros padrões comportamentais adotados pelos turistas e das imposições de seu próprio meio social (LUCHIARI, 1999). Com a mudança nas relações sociais, muito das representações que os ligavam ao mundo mudou (*ibid*). Dito de outro modo, as relações de trabalho passam a ser um dos problemas principais para a transformação dos grupos domésticos e as formas de se transformar com o mundo se modificam.

Sandro Neves descreve as diversas adequações que os Pataxó se submeteram na Bahia.

Poderia seguir relatando diversas formas através das quais os Pataxó, se utilizado da imitação de mecanismos como, guias de turismo indígena, agência Pataxó de turismo e outros objetos tidos como próprios da atividade turística e sua sistemática de planejamento e gestão, compuseram importantes estratégias de articulação de hierarquias, manutenção de tradições e diversos outros dispositivos que lhes eram úteis por razões intrínsecas à sua cosmologia (NEVES, 2016, p. 10).

Observou-se que no caso dos *Wauja*, a contribuição à subsistência do grupo através do cultivo da roça (coivara) e da produção da farinha sempre foi essencial na

Informações no site www.tribunapr.com.br/arquivo/viagem-turismo/roteiro-desvenda-o-cotidiano-dos-indios-em-mato-grosso/ ou no site www.freeway.tur.br.

manutenção da família. No entanto, em razão da prestação de serviços para o turismo, vão produzindo cada vez menos alimentos. A família, que antes alimentava os parentes com produto da roça e da coleta, atualmente, se tornam dependentes dos alimentos vendidos nos supermercados da cidade.

Sendo assim, as práticas sociais interferem na produção de uma nova materialidade, que apenas pode ser demonstrada no território, refletindo novas formas territoriais e de integração social.

Com a produção de uma materialidade renovada, alteram-se a forma e o conteúdo do espaço e inserem-se, assim, novos valores de uso e funções (SANTOS 1996). Os territórios não mudam de lugar, mas com a valorização, através do turismo, certamente mudam de significado.

Identificou-se que o turismo no hotel *Puiwa Poho* ocorre com uma sazonalidade muito definida, com altas no final de ano e feriados e vazios nos outros períodos, encarecendo o preço da diária. As formas de divulgação e comercialização não promovem o turismo nas baixas temporadas, e deveria haver uma forma de articulação entre o poder municipal e melhores qualidades dos serviços e dos espaços públicos.

CONCLUSÃO

Evidenciar o papel das territorialidades indígenas e dos turistas como vetor de análise da dinâmica sócio-espacial da aldeia turística "*Puiwa Poho*", possibilita compreender a diversificação das formas e práticas sociais que se expressam principalmente através da crescente utilização do espaço rural para fins de lazer, recreacionista e produção artesanal.

Identificou-se que a atividade se apropria de forma seletiva do território interferindo no seu processo de valorização em alguns pontos, desse modo, os turistas que chegam dos grandes centros urbanos não têm acesso à cidade de Feliz Natal, pois são rapidamente direcionados para o Refúgio Xingu Amazônico.

Viu-se haver a comoditização da etnicidade e a institucionalização do desejo dos turistas (GRABURN, 2009, p. 26), evidenciando a flexibilização das formas de

sociabilidade que surgiram na aldeia turística, motivadas pelos mais diversos agentes sociais.

O projeto de construir uma aldeia turística, inserido na criação de novos desejos, apresenta-se no Xingu como um enorme desafio para os empreendedores deste ramo, considerando que leva em conta a construção de um território com viés mercadológico, mas com o propósito e a singularidade da comunidade.

Este processo reformula as relações sociais e as relações com a natureza. Trata-se, portanto, do processo de “construção destrutiva⁸” (MORETTI, 2001, p 70).

O proprietário do empreendimento turístico *Puiwa Poho* ou Refúgio Xingu Amazônicos, operadora de turismo *freeway* e consultores que organizaram a “aldeia réplica” se apropriaram dos instrumentos de marketing utilizando a imagem do “índio puro” e o exotismo de maneira muito peculiar com a intenção de potencializar o aproveitamento dos recursos simbólicos para implementar a atividade turística na propriedade rural.

O produto fundado resulta da combinação de vários elementos: as instalações, os equipamentos, os serviços de hospedagem, as atividades de lazer, os próprios indígenas, o artesanato e os atrativos naturais. A concretização de um produto pode ocasionar modificações nos significados das manifestações culturais. Verificou-se que a relação entre turistas e indígenas estava sendo ambígua, pois ao mesmo tempo em que os turistas buscam “autenticidade encenada” (MACCANEL, 1976), de certa maneira, o turismo pode provocar o desaparecimento da espontaneidade dos rituais. Em síntese, trata-se de conduzir uma análise sobre o assunto como uma rede de relações sociais culturalmente estabelecidas, levando em consideração sua associação com experiências turísticas em território indígena singular.

⁸ Segundo Moretti (2001, p. 70), “trata-se, portanto, do processo de construção destrutiva. Este processo é central no capitalismo. Através da construção do novo e da destruição do passado é que ocorre o aumento do lucro e o acúmulo de capital”.

**TOURISM AS A SOCIAL PRACTICE IN INDIGENOUS TERRITORY: THE TOURIST COMMUNITY
PUIWA POHO (FELIZ NATAL, MATO GROSSO, BRAZIL)**

ABSTRACT

It was identified that the indigenous tourism activity carried out in a rural property located in the municipality of Feliz Natal (Mato Grosso, Brazil) was triggering relevant changes in the social, cultural and symbolic relations of the locality, changing the dynamics of daily life through Process of "touristification" of a territory added to the Indigenous Land of the Xingu, whose intention was destined to the enjoyment of tourists. Thus, in the context of the global commercialization of products and services, the Wauja Indians began to privilege tourism practice, forming new flows and ways of relating to the world. The private initiative was betting on the generation of a secondary territory as a way of generating income. This article is a cut of the dissertation defended in 2006. The objective of this study was to understand the overlaps of traditional (indigenous) and contemporary (non-indigenous) territorialities, conformed by hosts and guests, in which the presence of tourists registers new vectors of Changes. For this research, interviews were conducted with officials of the tourist development (Puiwa Poho village); Merchants of the municipality of Feliz Natal and, above all, the Wauja.

KEYWORDS: TOURISM. WAUJA. OVERLAYS. "TOURISTIFICATION". PUIWA POHO VILLAGE. FELIZ NATAL (MATO GROSSO).

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, S M de. Artífício e autenticidade: o turismo como experiência antropológica. In: BANDUCCI JR, A e BARRETO, M (Orgs). **Turismo e Identidade Local: uma visão antropológica**. Campinas: Papirus, 2001.

AUGÉ, M. **Não lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papirus, 1994.

BAPTISTA, F. O. Famílias e explorações agrícolas: notas sobre a agricultura familiar na Europa do Sul. Comunicação apresentada no **IV CONGRESSO LATINOAMERICANO DE SOCIOLOGIA RURAL**, realizado em Concepción, Santiago, 1994.

BARCELOS NETO, A. Pannels que cantam e que devoram: a cerâmica Wauja. In: BRITO, J P de (Org). **Os índios e nós**. Lisboa: Museu Nacional de Etnologia, 2001.

BARRETO, Margarita. **Turismo e o Legado Cultural**: as possibilidades do Planejamento. São Paulo: Papirus, 2000.

____. O Imprescindível Aporte das Ciências Sociais para o Planejamento e a Compreensão do Turismo. **Horizontes Antropológicos**. ano 9, n. 20, Porto Alegre, outubro de 2003.

BOORSTIN, D. **The Image**: a guide to pseudo events in America. Nova York: Firt Vintagebooks Edition, 1992.

BRAIDA, R. **O turismo como prática social em território indígena**: uma análise comparativa entre a Reserva Indígena de Dourados – MS e a aldeia Puiwa Poho em Feliz Natal – MT, dissertação de mestrado, Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, Aquidauã, 2006

FORSTER, J. The sociological consequences of tourism. **International journal of comparative sociology**, v. 5, n. 2, 1964, p. 217-227.

GRABURN, N. Antropologia ou antropologias do Turismo? In: GRABURN, N; BARRETO, M; STEIL, C A; GRUNEWALD, R de A; SANTOS, R J dos (Orgs). **Turismo e antropologia**: novas abordagens, Campinas: Papirus, 2009.

GRUNEWALD, R de A. **Os índios do descobrimento**: tradição e turismo. Tese de doutorado. Rio de Janeiro: PPGAS/MN/UFRJ, 1999.

GRUPIONI, L. D. B; SILVA, A. L. da. **A temática indígena no Brasil**. Brasília: MEC/MARE, 1995.

KNAFOU, R. Turismo e território: para um enfoque científico do turismo. In: RODRIGUES, A. **Turismo e geografia**: reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec, 1996.

KNAFOU, R. Turismo e território: para um enfoque científico do turismo. In: RODRIGUES, A. **Turismo e geografia**: reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec, 1996

KRIPPENDORF, J. **A sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 2000.

LUCHIARI, M. T. D. P. (Org.). Turismo e Meio Ambiente. **Textos Didáticos/IFCH/Unicamp**, n. 31 (2), Campinas, dezembro de 1997.

____. **O lugar no mundo contemporâneo**: turismo e urbanização em Ubatuba – SP, Campinas: IFCH-Unicamp (Tese de Doutorado), 1999.

MACCANNEL. D. **The tourist**: A new theory of the leisure class. Nova York: Schecken Books, 1976.

MORETTI, E C. Atividade turística: produção e consumo do lugar Pantanal. In: BANDUCCI JR, A. MORETTI, E C. **Qual Paraíso?** Turismo e ambiente em Bonito e Pantanal, Campo Grande: Chronos, 2001.

NEVES, S. C. O problema da mudança cultural e o papel do turismo ou o que podem ensinar os índios sobre economia. **Turismo & Sociedade**, v9, n1, Curitiba, janeiro-abril de 2016.

RAFFESTIN, C. **Por uma Geografia do Poder**. São Paulo: Ática, 1993.

SANTOS, M. **Por uma Geografia nova**. São Paulo: Hucitec, 1996.

SESAI: SIASI. Disponível em: <http://portalsaude.saude.gov.br/index.php/o-ministerio/principal/secretarias/secretaria-sesai/mais-sobre-sesai/9518-> Acesso em 09 de junho de 2017

SMITH, V e EADINGTON, W (orgs). **Tourism alternatives**: Potentials and problems in the development of tourism. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 1992

TALAVERA, Augustin Santana. Turismo Cultura, Culturas Turísticas. **Horizontes Antropológicos**, ano 9, n. 20, Porto Alegre, outubro de 2003.

Tribuna do Paraná. Disponível em: <http://www.tribunapr.com.br/arquivo/viagem-turismo/roteiro-desvenda-o-cotidiano-dos-indios-em-mato-grosso/>. Acesso em 09 de junho de 2017.

TROQUEZ, M. C. C. Criança e adolescente Indígena: a realidade de Dourados no contexto escolar. In: NASCIMENTO, A. C. (Org.). **Projeto Kaiowá e Guarani em Mato Grosso do Sul**: A realidade na visão dos índios. Campo Grande: UCDB. (Publicação especial - Resultado de pesquisa), 2005.

Turismo freeway. Disponível em: <http://www.freeway.tur.br/>. Acesso em 09 de junho de 2017.

URRY, J. **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas, Nobel: São Paulo, 2001.

VALDEZ MUNÓZ, R. **Turismo cultural**: a experiência mexicana na função social do patrimônio histórico: o turismo cultural. Cuenca: Edições da Universidade de Castilla, 2002.

WALDINGER, R. Immigrant Enterprise: a Critique and Reformulation. **Theory and Society**. v. 15, n. 1/2. Disponível em: <http://jstor.org/stable/657182>> Acesso em: 03/11/2012.

Cronologia do Processo Editorial

Recebido em: 18. jul. 2017

Aprovação Final: 28. ago. 2017

Referência (NBR 6023/2002)

BRAIDA, Roberta Garcia Anffe. O turismo como prática social em território indígena: a aldeia turística Puiwa Poho (Feliz Natal, Mato Grosso, Brasil). **Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)**, Mossoró/RN, vol. 6, n. 1, p. 69-87, jan./jun. 2017.