

IMPACTOS SOCIAIS, ECONÔMICOS, POLÍTICOS E CULTURAIS DO TURISMO CULTURAL: UMA REVISÃO DE LITERATURA

Andre Fontan Kohler¹

RESUMO

O artigo trabalha com os impactos sociais, econômicos, políticos e culturais do turismo cultural, com foco naqueles que ocorrem no destino. Objetiva-se prover ao(à) leitor(a) um panorama geral, referências bibliográficas e análise aprofundada acerca dos principais impactos causados pelo turismo cultural. Trata-se de um artigo que reúne pontos pouco tratados na literatura de turismo em idioma português, a exemplo da informação assimétrica, bem como textos seminais e estudos de caso que lançam novas luzes sobre os impactos do turismo cultural. A metodologia consiste na revisão de literatura teórica, histórica e de estudos de caso. É abordada a teoria da informação assimétrica e o mercado de “limões” e a questão da (falta de) participação comunitária nos processos de desenvolvimento turístico nos países em desenvolvimento, dentro dos pontos mais gerais ao mercado de turismo como um todo. Em relação aos pontos específicos do turismo cultural, abordam-se desde a preservação, interpretação, comercialização e encenação da cultura e patrimônio cultural do destino até a comercialização da produção associada ao turismo, na forma das artes e artesanato e da gastronomia. Ressalta-se que a identificação, medição e avaliação dos impactos do turismo cultural demanda o estudo do contexto social, econômico, político e cultural do destino, necessariamente amparado por teorias, modelos e métodos de pesquisa presentes na literatura. Sobretudo, deve-se evitar o uso de modelos de aplicação universal, que defendem a existência de uma relação direta e unívoca entre um determinado fator ou variável (por exemplo, número de turistas) e a intensidade dos impactos do turismo.

PALAVRAS-CHAVE: TURISMO CULTURAL. IMPACTOS. INFORMAÇÃO ASSIMÉTRICA. PARTICIPAÇÃO COMUNITÁRIA. INTERPRETAÇÃO. COMERCIALIZAÇÃO DA CULTURA.

¹ Professor Doutor na Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo. Alocado no Curso de Bacharelado em Lazer e Turismo, possui credenciamento pleno no Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais e no Programa de Pós-Graduação em Gestão de Políticas Públicas. E-mail: afontan@usp.br

INTRODUÇÃO

O impacto nada mais é do que uma mudança em determinado estado, condição ou status, derivado de um estímulo externo. Assim como outras atividades econômicas – agricultura, pesca, mineração, indústria de transformação etc. –, o turismo gera uma série de impactos positivos e negativos, que podem ser sociais, econômicos, culturais, ambientais e políticos. A publicação de *Man and nature: or, physical geography as modified by human action*, em 1864, é considerada um marco dos estudos sobre os impactos e sua avaliação. Seu autor, George Perkins Marsh, preocupava-se com os efeitos deletérios da industrialização britânica sobre o meio ambiente e os resultados dessa deterioração sobre a saúde e bem-estar humanos.

Apesar de serem também sentidos na origem e durante a viagem (no sentido de zona de transição), o estudo dos impactos causados pelo turismo tem privilegiado o destino turístico.

No campo de turismo, os estudos sobre os impactos começaram praticamente juntos com o interesse científico sobre o próprio fenômeno. Graburn (1983) aponta as duas principais linhas presentes na literatura analítica de turismo, que se formaram nos anos 1960 e 1970, a saber: a) o estudo dos turistas e da natureza do turismo, de uma forma geral; e b) o estudo dos impactos sociais, econômicos, políticos, culturais e ambientais no destino, inclusive o padrão de interação entre turistas e habitantes locais. Isso não significa que alguns autores não tenham mesclado as duas linhas em suas obras. MacCannell (1999) propõe uma teoria geral do turismo, mas também devota atenção à análise de alguns de seus impactos.

No presente artigo, privilegiam-se textos, autores e discussões pertencentes à segunda linha.

Por exemplo, Lewis (1972) faz um estudo aprofundado das Ilhas Virgens Americanas (United States Virgin Islands), na época um território não incorporado dos Estados Unidos da América (EUA). O turismo ocupa lugar privilegiado no livro, pois se

tratava da principal atividade econômica do arquipélago. Lewis (1972) analisa as inter-relações entre o turismo e pontos como a estrutura e funcionamento do governo, a cultura tradicional, as relações raciais e o emprego em firmas turísticas. Dentro de um território no qual a vida econômica centra-se na arte de aproveitar ao máximo o dólar turístico, não se estranha que o fenômeno atinja todos os grupos sociais das ilhas, em suas diversas dimensões – econômica, social, política e cultural.

O tipo de turismo desenvolvido na região caribenha, com seu caráter dependente, seus impactos deletérios à sociedade e, em última instância, sua reprodução da situação colonial, na qual o açúcar e o rum são substituídos pelos turistas e pelos cruzeiros marítimos, leva Lewis (1972, p. 137-138, tradução nossa) a considerar a atividade como parte de um processo anti-civilizatório nos locais onde ocorre, devido a seus impactos negativos:

O ponto relevante é que um programa de desenvolvimento turístico, feito de forma séria e profissional como o solicitado por críticos da [atual] situação das Ilhas Virgens Americanas, poderia apenas ter, como seu resultado final, o tipo de anti-civilização que esse modelo produziu na vizinha Porto Rico. [...] No entanto, o clima de evasão moral gerado pelo apetite pelo dólar turístico é tão difundido, que os relatórios preconizaram [apenas] uma série de recomendações fracas e vacilantes, postuladas na assunção simplória de que os males causados pelo turismo podiam ser vistos como acidentes apenas, e não como a essência central do turismo em uma civilização tropical voltada a negócios.

Já o volume organizado por de Kadt (1979a) é resultado de seminário promovido pelo Banco Mundial e pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), em 1976, sobre os principais impactos sociais, econômicos e culturais do turismo nos países em desenvolvimento. Trata-se de uma coletânea de textos dirigidos a profissionais e gestores públicos responsáveis por planos de desenvolvimento turístico, interessados em avaliar seus resultados econômicos *vis-à-vis* os principais impactos sociais e culturais. Um dos conceitos-chave do volume – muito influente durante os anos 1970 e 1980, mas atualmente pouco utilizado – é o de bolha ambiental (*environmental bubble*), que é formado pelos seguintes pontos:

- a) ambiente irreal que isola os turistas da realidade local, e replica as amenidades encontradas no ambiente de origem, melhoradas em virtude de as férias serem um período de exceção;
- b) enclave turístico apartado do destino. O enclave turístico é: “[...] um anexo dos países de onde se originam os turistas” (DE KADT, 1979b, p. 52, tradução nossa);
- c) descrição dos complexos hoteleiros que proveem acomodação, alimentação, compras e entretenimento como uma instituição total, na linha de pensamento de Goffman (1961);
- d) o ambiente turístico conforma-se às expectativas dos turistas, influenciadas pela promoção feita pelos intermediários turísticos e, em alguns casos, pelos próprios órgãos públicos de turismo. Como coloca Saglio (1979), o turista de massa quer, na realidade, ter suas expectativas e seus preconceitos confirmados por sua experiência de viagem (DE KADT, 1979a).

O turismo não se desenvolve em um vácuo, mas sim dentro de um contexto político, econômico, social e cultural, e se adapta a ele. Nesse sentido, dificilmente o desenvolvimento do turismo tem um papel transformador da sociedade (DE KADT, 1979a; FARRELL, 1979; FORSTER, 1964; TOSUN, 2000; BOISSEVAIN, 1996). Pensando nos países em desenvolvimento, Tosun (2000) aponta que as comunidades locais estão inseridas dentro de um sistema global de turismo, dominado por interesses corporativos externos e de larga escala, tendo perto de nenhum controle sobre o fluxo turístico.

Cumpre destacar, entretanto, que há casos nos quais o turismo pode promover a ascensão social e econômica de grupos até então excluídos e marginalizados, como mostra Zarkia (1996) para o caso da ilha grega de Skyros. Segundo ela, isso se deveu a esse grupo social possuir os terrenos menos propícios à agricultura e pecuária, porém os mais valorizados para o turismo (proximidade da praia), ter prática com trabalhos manuais, permitindo-o vender artesanato aos turistas, e não sofrer constrangimentos sociais ao transformar suas casas em bares, restaurantes e pequenas pousadas.

Contudo, os variados estudos de caso dos volumes organizados por Smith (1989a), Boissevain (1996) e de Kadt (1979a) mostram, em seu conjunto, que o turismo

não é o principal fator de mudança cultural nas sociedades que atinge; sua contribuição chega a ser pequena frente a outros processos de modernização, como a expansão dos meios de transporte e de comunicação e de serviços como educação, saúde e habitação. O turismo é parte integral do processo de modernização.

Ao contrário da literatura produzida nos anos 1960 e 1970, desde pelo menos os anos 1980, a maior parte dos estudos de caso aponta que os residentes locais têm conseguido adaptar-se e se beneficiar do turismo, seja em grandes centros metropolitanos, balneários ou cidades patrimoniais. Contudo, isso não significa que, em alguns destinos, o turismo não enfrente resistências. Nos últimos anos, têm surgido movimentos de resistência e de hostilidade aos turistas em grandes capitais culturais europeias, a exemplo de Paris e Barcelona, onde o turismo parece atrapalhar demasiadamente a vida de (parte da) população local, devido à especulação imobiliária e à mudança no composto de comércio e serviços de vários bairros.

A literatura tem apontado também que o deslocamento do comércio e serviços que atendem a população local, em direção à periferia, tem frequentemente ocorrido nas principais cidades patrimoniais europeias; eles são substituídos por lojas de souvenirs, joalherias, bares e restaurantes etc. Desde pelo menos os anos 1990, isso tem sido visto em York (Reino Unido), Bruges (Bélgica) e, principalmente, Veneza (Itália) (BORG; COSTA; GOTTI, 1996; BOISSEVAIN, 1996; MEETHAN, 1996; RUSSO, 2002).

Antes de abordar o objeto de estudo, a justificativa, os objetivos e a metodologia, cumpre colocar três pontos. Primeiro, recorre-se a Nash (1981) para criticar uma prática ainda hoje presente – a análise dos impactos do turismo na comunidade local, a partir de uma espécie de “limbo.” Muitas vezes, não se considera quem são os turistas, nem sequer qual é o tipo de turismo desenvolvido, tampouco quais são as características locais que moldam esses impactos (por exemplo, histórico de receptividade a estranhos e de trocas econômicas, grau de coesão social interna e controle da indústria turística).

Segundo, os estudos do turismo e de seus impactos confundem-se; desse modo, a tentativa de escrever um texto que trate de todos os impactos do turismo acarretaria a necessidade de abordar todo o espectro do fenômeno do turismo. Terceiro, é comum o

estudo dos impactos estar ligado ao planejamento turístico; esse não é o caso do presente artigo.

O objeto de estudo são os impactos sociais, econômicos, políticos e culturais do turismo cultural, com foco naqueles que ocorrem no destino turístico. É abordada a teoria da informação assimétrica e o mercado de “limões” e a questão da (falta de) participação comunitária nos processos de desenvolvimento turístico nos países em desenvolvimento, dentro dos pontos mais gerais ao mercado de turismo como um todo. Em relação aos pontos específicos do turismo cultural, abordam-se desde a preservação, interpretação, comercialização e encenação da cultura e patrimônio cultural do destino até a comercialização da produção associada ao turismo, na forma das artes e artesanato e da gastronomia.

Os objetivos do trabalho são descrever, discutir e aprofundar o conhecimento sobre uma teoria (informação assimétrica e o mercado de “limões”) e sobre pontos importantes, a fim de prover ao(à) leitor(a) um panorama geral, referências bibliográficas e análise aprofundada acerca dos principais impactos causados pelo turismo cultural.

A principal justificativa do artigo é que, apesar de muitos textos discutirem os impactos do turismo, por meio de estudos de caso, ainda há certa carência de artigos, tanto que tratem particularmente do turismo cultural quanto de extensas e amplas revisões de literatura. Além disso, há certo desconhecimento – ou, pelo menos, falta de citações – de textos internacionais que foram – muitos ainda hoje o são – muito importantes para a análise dos impactos do turismo cultural, seja por seu caráter seminal e precursor, ou por prover estudos de caso que lançaram novas luzes sobre um ou mais dos pontos tratados no presente artigo.

A metodologia de pesquisa consiste na revisão de literatura teórica, histórica e de estudos de caso; como o título aponta, trata-se de um artigo de revisão de literatura. O foco dessa revisão de literatura não foram textos publicados nos últimos anos, mas sim trabalhos seminais, que exerceram grande impacto na literatura de turismo, e estudos de caso que lançam novas luzes sobre os impactos causados pelo turismo cultural.

A INFORMAÇÃO ASSIMÉTRICA E O MERCADO DE “LIMÕES”

Akerlof (1970) é um artigo seminal da economia; ele trata da informação assimétrica por meio de seu célebre exemplo do mercado de carros usados.

Segundo Akerlof (1970), há mercados com informação assimétrica; ou seja, os vendedores e compradores não compartilham do mesmo conjunto de informações relevantes sobre o mercado. No exemplo dos carros usados, o autor discute uma situação na qual os vendedores possuem mais informações do que os compradores, a respeito da qualidade dos veículos postos à venda (bons e “limões”).

Dado que os compradores não distinguem entre os dois tipos de carro no momento da compra, eles estimam o preço a partir da média dos carros colocados à venda. Isso faz com que, em um mercado com carros bons e com “limões,” os primeiros recebam um preço mais baixo de o que valem, ao passo que os segundos são sobrevalorizados. O principal efeito disso é a redução do tamanho desse mercado, pois os carros bons não são ofertados, já que eles recebem o preço médio, que é influenciado para baixo pelos “limões.” A presença de carros bons aumenta o preço médio do mercado, mas não seu próprio preço individual, beneficiando os “limões.”

Em suma, há três efeitos complementares, a saber: a) progressivamente, os bons produtos deixam de ser ofertados, restando, em um mercado com informação assimétrica, apenas bens e serviços de baixa qualidade; b) o tamanho do mercado é reduzido, em virtude da saída de bens e serviços de mais alta qualidade; e c) no médio e longo prazo, o preço médio refletirá o preço dos bens e serviços de baixa qualidade, pois são eles que constituem todo o mercado.

Akerlof (1970) explora algumas maneiras de acabar ou pelo menos minorar a informação assimétrica, dentre elas a garantia, a marca e o licenciamento/capacitação. Tomando como exemplo um passeio de agência de turismo receptivo, tem-se o seguinte:

- a) garantia: distribuição aos clientes de um panfleto ou brochura, no qual estejam listados todos os lugares e atrações que serão visitados durante o passeio, de

- modo que o guia de turismo não corte atrações, para deixar os turistas por mais tempo em lojas e mercados de artesanato (busca de comissões);
- b) marca: caso a marca de boa prestadora de serviços permita à firma cobrar preços mais altos, isso pode incentivá-la a manter uma alta qualidade;
 - c) licenciamento/capacitação: há, no Brasil, a necessidade de um curso básico para se exercer a função de guia de turismo. Por si só, ele não garante muita coisa, por falta de fiscalização e defasagem, mas não deixa que o mercado vire um “valeduto” de todos, como acontece em Hong Kong (AP; WONG, 2001).

Russo (2002) discute o desenvolvimento do turismo e seus profundos impactos negativos em Veneza, Itália, que tem sua situação agravada devido ao fenômeno dos assim chamados “falsos excursionistas.” O autor não cita a teoria em questão, nem sequer percebe que ela fornece uma linha particularmente interessante de análise, mas os “falsos excursionistas” prejudicam o turismo em Veneza, por provocar o aumento da informação assimétrica entre compradores e vendedores.

O artigo parte do modelo do ciclo de vida dos destinos turísticos, para explicar a trajetória do desenvolvimento de cidades patrimoniais europeias de médio porte; Russo (2002) recorre a Veneza para demonstrar como esse tipo de destino sofre de um “círculo vicioso,” nos estágios finais de maturidade e morte do supracitado ciclo.

Russo (2002) defende que o desenvolvimento do turismo nessas cidades gera, em um primeiro momento, uma grande valorização de sua área central, onde estão concentradas as principais atrações turístico-culturais. Isso acarreta na expulsão dos residentes locais e negócios menos dinâmicos, fazendo com que a cidade inicie sua jornada econômica rumo a uma “monocultura” do turismo.

Entretanto, o fluxo de turistas e visitantes não se restringe aos limites aceitáveis/sustentáveis dessa área central, tanto físicos quanto socioeconômicos. O constante crescimento do supracitado fluxo leva à saturação da área central, com sua consequente valorização imobiliária. O início do círculo vicioso, segundo Russo (2002), começa com a violação da capacidade de carga socioeconômica do destino.

Com isso, parte da indústria turística, principalmente os meios de hospedagem, muda-se para outros locais, inclusive para fora da cidade, podendo estar localizada mesmo em outros países, como o caso de Veneza demonstra. Enquanto os custos do turismo permanecem concentrados na área central, seus benefícios dispersam-se por outras cidades, regiões e mesmo países, transformando o turismo em uma atividade cada vez menos atraente e sustentável para a cidade patrimonial.

Essa desconcentração faz surgir o fenômeno do “falso excursionista”: o turista hospeda-se em outro lugar, mas seu principal objetivo é conhecer Veneza. Com o crescimento desse tipo de público, acumulam-se problemas como o congestionamento de espaços públicos, a deterioração do patrimônio cultural, lixo e violência/criminalidade, sem que o governo local tenha o retorno financeiro necessário para lidar com eles.

O aumento do fluxo de turistas e visitantes é acompanhado pela mudança em sua composição – os “falsos excursionistas” formam uma parcela crescente do público que visita Veneza. Isso leva a uma mudança na composição dos negócios turísticos da cidade patrimonial. A redução do gasto médio dos turistas e visitantes na cidade, o mais baixo acesso e conhecimento da oferta turística por parte dos “falsos excursionistas” e um processo de seleção adversa inviabilizam o funcionamento de estabelecimentos sofisticados, e concentram o consumo turístico em poucas áreas e atrações turístico-culturais. Segundo Russo (2002), Veneza já demonstra esses dois pontos, o que inclusive empobrece sua oferta turística, e congestionam as atrações mais centrais e conhecidas.

Em resumo, o círculo vicioso é composto por quatro etapas. Na primeira etapa, surgem e cresce o número de “falsos excursionistas,” turistas que tem como objetivo conhecer Veneza, mas que se hospedam fora da cidade. Para esse público, a flexibilidade da visita diminui, dado que ele concentra-se nas principais atrações turísticas da cidade, e tem menos informação e discernimento acerca dos produtos e serviços turísticos de Veneza. Na segunda etapa, o congestionamento provocado pelos “falsos excursionistas” aumenta, bem como sua participação no total de turistas e visitantes na cidade.

Na terceira etapa, aumenta o número de visitas à área central, mas diminuem os recursos para a preservação patrimonial e outros tipos de serviços urbanos, pelo fato de

uma parcela crescente dos gastos ocorrer fora da cidade, principalmente em hospedagem. Na quarta etapa, a área central, congestionada e comercialmente banalizada, é evitado por turistas de alto gasto, o que leva o destino turístico ao colapso.

Russo (2002) conclui que a substituição de estabelecimentos sofisticados e singulares por negócios massificados e populares é consequência da mudança no fluxo de turistas e visitantes, mas também a retroalimenta – serviços turísticos de baixa qualidade atraem pessoas dispostas a gastar menos em Veneza.

O caso de Veneza é muito particular, pois combina fator de produção terra muito escasso em sua área central, espaço urbano (Praça São Marcos) e atrações culturais “imperdíveis,” fama mundial como destino turístico e proximidade a grandes centros emissores – a ligação é feita por meio de uma excelente infraestrutura de transportes. Contudo, se não na intensidade, o caso de Veneza é útil para apontar a direção que o turismo pode tomar em cidades patrimoniais de médio porte e o papel da informação assimétrica nesse processo.

A QUESTÃO DA (FALTA DE) PARTICIPAÇÃO COMUNITÁRIA

Considera-se como um ator (*stakeholder*) todo e qualquer indivíduo que tem o direito e a capacidade de participar no processo de planejamento turístico; isso inclui qualquer um impactado pelo turismo. Aas, Ladkin e Fletcher (2005) defendem que a participação comunitária tem o potencial de reduzir os conflitos entre os turistas e os residentes locais, ao envolver os segundos no planejamento e regulação da atividade.

Em resumo, há três maneiras por meio das quais é possível envolver os residentes locais no turismo, a saber: a) financiamento à abertura de micros e pequenos negócios turísticos, bem como outros tipos de auxílios e orientações – regularização formal, por exemplo; b) treinamento e capacitação para o emprego em negócios turísticos (serviços de guia, culinária, hospitalidade etc.); e c) participação nos processos de planejamento e regulação turísticos, para além de simples consultas formais.

Apesar de a supracitada participação ser normativamente considerada positiva, os estudos de caso mostram que ela raramente acontece (AAS; LADKIN. FLETCHER,

2005; CHAMBERS, 2000; SMITH, 1989a). De Kadt (1979c, p. 9, tradução nossa) já aponta, no final dos anos 1970, que:

A capacidade local de controlar o desenvolvimento turístico parece ser geralmente fraca, principalmente onde tal desenvolvimento é rápido e massivo. Em parte, isso se deve à falta de pessoal treinado e à ausência de uma efetiva organização [de fomento ao turismo] local, mas principalmente devido à força de interesses externos [no turismo da região].

Tosun (2000) aponta que a literatura defende a participação comunitária como algo positivo; isso geralmente é normativamente colocado, sem que estudos de caso nem sequer revisão de literatura sejam utilizados para apoiar a posição. Esses textos costumam ter como objeto de estudo países desenvolvidos, e expandem livremente sua análise para o caso dos países em desenvolvimento, muitas vezes sem considerar o contexto político, econômico, social e cultural desses últimos.

Tosun (2000) é pessimista quanto à aplicação da participação comunitária nos países em desenvolvimento; segundo ele, há três grupos de limites e problemas para que as comunidades locais possam efetivamente participar do desenvolvimento turístico em sua localidade. Primeiro, há os limites operacionais, a saber:

- a) a centralização da administração pública do turismo: Turquia e México são bons exemplos da centralização administrativa e da exclusão das autoridades locais sobre os rumos do turismo (projetos “de cima para baixo”);
- b) a falta de coordenação entre diferentes áreas/funções do governo: é o caso das funções de fomento ao turismo e de preservação patrimonial, inclusive no Brasil. Tosun (2000) aponta também a falta de diálogo e coordenação entre as esferas pública e privada, fato comum no Brasil, e que Köhler (2011) e Grammont (2006) demonstram para as cidades patrimoniais de Igarassu e Ouro Preto, respectivamente;
- c) a falta de (acesso à) informação: por exemplo, a diferença de acesso existente ao Ministério do Turismo da Turquia, por parte das comunidades locais e das elites econômicas do país, ricas e educadas.

Os limites estruturais são os seguintes:

d) a atitude dos profissionais públicos de turismo:

A principal tensão entre a tecnocracia e a participação advém da confiança, por parte do tecnocrata, de que suas qualificações profissionais encontram a “Resposta Certa” para os problemas do desenvolvimento (Wolfe, 1982). Os tecnocratas, que formulam a versão preliminar dos planos [de desenvolvimento turístico], têm geralmente a confiança da qualidade de seu trabalho. Dessa maneira, a possibilidade de que amadores cheguem a outras e melhores alternativas é vista como irrealista. [...] Isso [processos participativos] também pode custar tempo e dinheiro aos tecnocratas. (TOSUN, 2000, p. 620, tradução nossa).

A alienação da população local no que tange o desenvolvimento turístico é uma característica marcante dos países em desenvolvimento. Entre 25 planos de desenvolvimento turístico pesquisados pela Organização Mundial de Turismo, apenas um contemplava a participação popular por meio de consultas a residentes em áreas turísticas, em Sri Lanka. Entretanto, a implantação do plano não efetivou essa proposta de participação local, que existiu apenas no papel (TOSUN, 2000).

e) a falta de expertise:

Por exemplo, é relatado que ‘o planejamento está [sempre] atrasado, em relação à mudança, como frequentemente ocorre na Turquia, e a mudança traz a destruição de grande parte do rico patrimônio histórico do país’ (The Economist, 1996, p. 3). Na ausência de expertise, o desenvolvimento turístico tem sido visto como crescimento do turismo, e os planos de desenvolvimento turístico referem-se à melhoria da infraestrutura, ao aumento do número de leitos e a outros componentes da superestrutura turística. (TOSUN, 2000, p. 621, tradução nossa)

f) a dominação do processo pelas elites nacionais e internacionais;

g) a falta de sistema legal apropriado: tanto as leis em si quanto sua aplicação e garantia de cumprimento. No Brasil, não é incomum haver a apropriação de

- praias – por definição, públicas – por interesses privados, com seu cercamento e patrulhamento por segurança privada;
- h) a falta de recursos humanos qualificados;
 - i) o custo relativamente alto da participação comunitária, em termos de adição de tempo, dinheiro, estrutura burocrática e administração de conflitos;
 - j) a falta de recursos financeiros próprios: liga-se principalmente ao controle dos negócios turísticos.

Por fim, os limites culturais têm duas componentes, a saber:

- k) a capacidade limitada das pessoas pobres: liga-se à incapacidade de atender necessidades básicas, o que faz com que a comunidade local não consiga pensar em questões ligadas a seu futuro;
- l) a apatia e baixo nível de ciência na comunidade local: apatia, medo de participar (possibilidade de retaliação) e desinteresse em participar, por achar que sua opinião não será levada em conta.

Há alguns casos nos quais é possível verificar que houve a efetiva participação nos processos de desenvolvimento turístico local. O caso da Prainha do Canto Verde (Beberibe, Estado do Ceará) tem sido estudado por vários pesquisadores do campo de turismo, nos últimos anos, que apontam a efetiva participação e o controle, por parte da comunidade local, do desenvolvimento do turismo no local (BURSTYN et al., 2003; BURGOS; MERTENS, 2015), em pontos que vão até a permissão ou não à abertura de um novo meio de hospedagem.

Contudo, de modo geral, a falta de participação comunitária nos processos de desenvolvimento turístico é algo ainda muito presente nos países em desenvolvimento, inclusive o Brasil. Mesmo em projetos de revitalização urbana de núcleos antigos de grandes cidades brasileiras, a exemplo do Recife Antigo e do centro histórico de São Luís do Maranhão, a falta de participação dos habitantes locais é patente (VIEIRA, 2008). Kara-José (2007) mostra como os vários planos e projetos de revitalização do núcleo

antigo de São Paulo, no período 1975-2000, apresentam dois pontos em comum, a saber: a) a instrumentalização da cultura, no mais das vezes com fins turísticos; b) a exclusão dos residentes locais da participação nesses projetos.

OS IMPACTOS SOBRE A CULTURA E O PATRIMÔNIO CULTURAL DO DESTINO – PRESERVAÇÃO, INTERPRETAÇÃO, COMERCIALIZAÇÃO E ENCENAÇÃO

Os impactos do turismo sobre a cultura e o patrimônio do destino têm sido alvo, há décadas, da literatura analítica, histórica e de estudos de caso. Forster (1964) ainda hoje é um dos artigos mais citados do campo de turismo – o autor ressalta os impactos deletérios da atividade sobre a cultura local.

Não há um consenso em torno de quais são os impactos do turismo sobre a cultura e o patrimônio nem sequer acerca das teorias mais adequadas para seu estudo. Autores respeitados e amplamente citados guardam posições antagônicas entre si.

Por exemplo, MacCannell (1984) considera que a exploração turística de atributos étnicos não enriquece culturalmente o subgrupo social explorado, pois ninguém consegue ensinar seus membros a serem mais membros do que já o são. Contudo, há artigos que mostram que o turismo tem a capacidade de recuperar elementos culturais esquecidos pelos nativos, e que esses elementos, redescobertos e valorizados pelo turismo, passam a ser também estimados pela população local, inclusive por sua capacidade de gerar renda a partir do turismo.

Já o volume organizado por Boissevain (1996) demonstra que o turismo gera a noção de uma identidade cultural única entre os residentes locais. O aumento do fluxo turístico no destino tende a gerar um sentimento de pertencimento a um grupo social particular, por parte dos residentes locais, e a valorização de elementos culturais próprios, inclusive em vias de extinção antes da chegada dos turistas – “nós e eles” e “o que é particularmente nosso?” Apesar de com menos ênfase do que a presente em Boissevain (1996), o volume organizado por Smith (1989a) traz também contribuições que apontam a criação e reforço de uma identidade cultural única, derivada do aparecimento e crescimento do turismo.

Nesse sentido, Medina (2003) traz um dos estudos de caso mais interessantes acerca da influência externa sobre elementos culturais locais, e também de como o interesse dos turistas influenciou a própria noção de identidade cultural dos habitantes locais. Trata-se de um estudo de caso sobre o turismo em San Jose Succotz, em Belize, localidade perto de uma das principais – senão a principal – atrações turístico-culturais do país, as ruínas da antiga cidade maia de Xunantunich.

Em San Jose Succotz, a cultura maia não era valorizada pelos habitantes locais, cuja própria identificação como maias estava comprometida por três fatores, a saber: a) a desvalorização social da etnia; b) o decréscimo do número de falantes do idioma maia; e c) a perda de conhecimento da cosmologia e dos rituais maias, principalmente após a morte do último *curandero* da localidade. Essa perda de fontes internas de conhecimento colocou em risco a mera possibilidade de os habitantes locais considerarem-se maias.

O turismo permitiu a reversão dessa tendência, pelo menos acerca dos elementos culturais exteriores. À valorização externa da cultura maia, por parte de arqueólogos e turistas, juntaram-se novas fontes de informação externas, que permitiram aos habitantes locais o acesso a informações sobre sua própria cultura. Tem-se uma situação similar às verificadas por Salazar (2005, 2006) na África e no Sudeste Asiático: os habitantes locais preparam-se para atender os turistas, e explicar o conteúdo e significado da cultura local, a partir dos interesses e imaginários desses últimos, e recorrendo a textos e informações produzidas nos países dos quais eles originam-se.

O cerne da argumentação de Medina (2003) é que a demanda dos turistas pela antiga cultura maia é respondida pela valorização da cultura e da identidade maia, e também pela procura, por parte dos residentes locais, em conhecer e mais bem compreender essa cultura. Como as fontes internas de conhecimento (língua maia, rituais, cosmologia etc.) não estavam mais disponíveis, os residentes locais buscaram fontes externas, principalmente livros e pequenos cursos ofertados por arqueólogos e etnógrafos estrangeiros. O mais ilustrativo exemplo de Medina (2003) é a “revitalização” da cerâmica maia; não apenas as oficinas foram montadas por uma agência de cooperação internacional canadense – com professores canadenses –, mas também os

temas e desenhos foram retirados de livros de arqueologia que trazem desenhos e fotografias de elementos presentes em vários sítios arqueológicos de Belize.

Entretanto, Medina (2003) reconhece que, apesar de utilizar uma perspectiva construtivista na análise da cultura maia, os habitantes locais adotam uma perspectiva essencialista, o que os faz questionar os novos elementos culturais maias produzidos ou revitalizados, por meio de fontes de informação externas. Nos estudos maias, a corrente construtivista considera que a cultura maia é uma construção social relativamente recente, ao passo que a corrente essencialista procura descrever essa cultura como o resultado de continuidades, que persistem há séculos.

Logo, ao passo que os turistas ficam satisfeitos com as representações e produtos maias locais, os nativos não têm tanta certeza se esses elementos são mesmo maias, ou se eles ainda estão aptos a se definirem como maias, dado que não falam mais o idioma, nem sequer conhecem e tampouco compartilham dos rituais e da cosmologia maia.

A PRESERVAÇÃO, RESGATE E VALORIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL VERSUS A DETERIORAÇÃO E PERDA DO PATRIMÔNIO CULTURAL

Desde pelo menos os anos 1960, a United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (1976) tem uma visão otimista sobre os impactos do turismo sobre os monumentos históricos e a arquitetura tradicional. Segundo a instituição, o turismo gera três efeitos principais, a saber: a) incentiva os governos a restaurar e conservar seus monumentos históricos, a partir da capacidade de esses monumentos atraírem turistas; b) faz com que a preservação seja autossustentável, por meio dos gastos dos turistas; e c) permite, por meio da demonstração do interesse dos turistas na cultura e no patrimônio, que a própria população local passe a valorizá-los.

Nas décadas posteriores, a UNESCO apoiou e patrocinou diversos projetos de aproveitamento turístico de grandes monumentos, cidades patrimoniais e sítios arqueológicos. Por exemplo, Wager (1995) traz a suma e comentários sobre um projeto de consultoria apoiado pela UNESCO, acerca da transformação do sítio arqueológico de Angkor, no Camboja, em importante destino turístico internacional.

Contudo, principalmente no campo de preservação patrimonial, é comum a visão de que os impactos negativos do turismo são mais pronunciados do que os positivos. Choay (2006, p. 227) sintetiza esse sentimento em uma das passagens mais conhecidas, citadas e comentadas no supracitado campo sobre os impactos do turismo cultural:

Esses efeitos somam-se aos que começam a preocupar os profissionais do patrimônio. Culto ou indústria, as práticas patrimoniais estão ameaçadas de autodestruição pelo favor e pelo sucesso de que gozam: mais precisamente, pelo fluxo transbordante e irresistível dos visitantes do passado. Por um lado, esse fluxo arranha, corrói e desagrega os solos, as paredes, os frágeis ornamentos das ruas, praças, jardins, residências, que não foram concebidos para tantos passos apressados nem para serem apalpadados por tantas mãos.

Há dois principais impactos negativos sobre o patrimônio cultural do destino, a saber: a) a pilhagem e o roubo de antiguidades e artefatos culturais; e b) o vandalismo e a depredação de bens culturais móveis e imóveis.

Talvez o caso que mais bem ilustre os impactos negativos sobre a cultura e o patrimônio é Crystal (1989), que analisa o turismo em Tana Toraja, Indonésia, do início dos anos 1970 até o final dos anos 1980. Tendo um turismo basicamente étnico, cuja principal atração eram os rituais de enterro dos habitantes locais que ainda aderiam à religião tradicional, e tendo experimentado um vertiginoso crescimento do número de turistas internacionais, a cultura e patrimônio locais sofreram vários tipos de pressões. O grande afluxo de turistas internacionais às cerimônias de enterro dos mortos provocou inúmeros prejuízos às comunidades locais de Tana Toraja.

O crescimento do turismo levou ao desaparecimento de antiguidades locais. A pior consequência do turismo para o patrimônio cultural de Tana Toraja foi a destruição e o roubo dos *tau tau*, estátuas funerárias que representam os antepassados dos nativos. Antes do crescimento acelerado do turismo, milhares de *tau tau* estavam espalhados pelo território de Tana Toraja em sítios arqueológicos e grutas. Os *tau tau* marcam a entrada de tumbas, onde os restos mortais dos habitantes de Tana Toraja são guardados (CRYSTAL, 1989).

Duas atrações turísticas importantes são os sítios arqueológicos de Londa e Rantelemo, que contam – ou contavam – com impressionante acervo de tumbas, *tau tau* e

outros elementos ligados às cerimônias de Tana Toraja. Em ambos os casos, fundos de desenvolvimento do turismo criaram infraestrutura de acesso e de visitação, como estradas de rodagem, banheiros, escadas e iluminação artificial. Em julho de 1987, todos os *tau tau* já tinham desaparecido de Londa. Em Rantelemo, a maior parte das 70 estátuas de madeira da entrada também foi roubada ou destruída, além de ter havido outras depredações. Cabe destacar que Londa contava com o acervo mais impressionante de *tau tau* de Tana Toraja. A pena máxima já aplicada a um ladrão de *tau tau* foi de três meses de prisão.

Os casos de roubo e destruição de *tau tau* mostram que não adianta a provisão de infraestrutura turística, caso não haja medidas efetivas de preservação cultural. Pelas vilas de Tana Toraja, grutas e cavernas foram escondidas pelos camponeses, e *tau tau* foram trancados dentro de tumbas recém-abertas. Com parte do patrimônio material roubado e destruído ou escondido e lacrado, o caso de Tana Toraja mostra todo o potencial de destruição do patrimônio pelos impactos negativos do turismo cultural.

A INTERPRETAÇÃO EXTERNA DA CULTURA LOCAL

Murta e Goodey (2002) apontam que interpretar é um ato de comunicação, que vai além de informar ou apresentar dados e termos técnicos. Trata-se de comunicar mensagens, emoções e práticas a alguém, realçando a singularidade, os significados e as principais características culturais, ambientais e/ou históricas do sítio, atração ou objeto-alvo da interpretação. Como colocam Murta e Goodey (2002, p. 14): “Mais [do] que informar, interpretar é revelar significados, é provocar emoções, é estimular a curiosidade, é entreter e inspirar novas atitudes no visitante, é proporcionar uma experiência inesquecível com qualidade.”

Apesar de ser vista geralmente como algo positivo, a interpretação da cultura local pode, por mais paradoxal que pareça, alienar a população de seu próprio patrimônio, gerando resistências ao turismo. Isso pode ocorrer devido ao controle externo da interpretação da cultura local, do qual Hale (2001) traz um dos casos mais interessantes da literatura de turismo.

Analisando o desenvolvimento turístico e as representações em torno do patrimônio da Cornuália, Inglaterra, Hale (2001) afirma que os habitantes locais sempre consideraram a atividade um domínio de estrangeiros – o termo “estrangeiro,” nesse caso, aplica-se também a outros habitantes do restante do Reino Unido, inclusive ingleses. A maior parte dos negócios turísticos é de propriedade de pessoas de fora da região, e a administração de postos de informação turística e edificações, festivais e centros de interpretação patrimonial – que funcionam como atrações turísticas – é feita por entidades sediadas em Londres, a exemplo do National Trust e do English Heritage.

Dessa forma, os habitantes locais sentem-se excluídos dos benefícios econômicos do turismo, da interpretação da cultura local e do controle do fluxo de visitantes. Hale (2001) levanta a questão de a representação turística da e na Cornuália apresentar elementos neocolonialistas, retratando a região como pitoresca, atrasada e decadente, a fim de satisfazer as expectativas e os desejos de turistas de outras partes do Reino Unido e da Europa.

A distribuição de um panfleto em um evento no Restormel Castle, organizado pelo English Heritage em 1999, ilustra bem o repúdio de parte da população local à interpretação turística externa de elementos da cultura local:

English Heritage, sob o vigilante olhar dos propagandistas ingleses, realiza sua própria forma de NEGAÇÃO DE HOLOCAUSTO para remover a dimensão da Cornuália da história britânica. Você não leu sobre esses eventos antes, porque, como tantos aspectos da história que mostram a Inglaterra de uma maneira nem sequer um pouco lisonjeira, eles foram removidos dos livros didáticos pela política cultural politicamente controlada do English National Curriculum. Ao apresentar fatos históricos falsos, extremistas anglos podem reforçar a crença na perfeição da monarquia inglesa, e projetar uma imagem virtuosa da religião estatal inglesa. (HALE, 2001, p. 190, tradução nossa).

Odermatt (1996) traz um excelente estudo de caso sobre a Sardenha, Itália, onde o restauro e a interpretação patrimonial do Nuraghe Losa, principal monumento arqueológico da pequena vila de Abbasanta, por parte de organizações externas (mesmo que italianas), alienaram simbolicamente os habitantes locais de o que era seu principal marco cultural. A falta de qualquer tipo de diálogo e de oportunidade de participação fez

com que a população local deixasse de considerar o sítio arqueológico como algo seu, inclusive o removendo do material de promoção turística de Abbasanta.

A ENCENAÇÃO E A *COMMODIFICATION* DE MANIFESTAÇÕES CULTURAIS

Até os anos 1970, verificava-se uma visão marcadamente pessimista na literatura sobre o turismo, inclusive o cultural, no que concerne seus impactos sobre a exploração e encenação de manifestações culturais para os turistas.

Como fenômeno social, o turismo era visto como um dos mais poderosos instrumentos do processo de padronização cultural, por meio do qual valores tradicionais e especificidades locais são tragados por um sistema capitalista (pós-)industrial em expansão, baseado na homogeneização cultural, na proeminência do mercado e em um sistema de produção e consumo de massa. O turismo faz com que elementos culturais locais sejam retirados de seu contexto, modificados, “embalados” e comercializados aos turistas, com a perda inevitável de significados culturais (TURNER; ASH, 1976). Esse processo – às vezes, caracterizado como “trivialização da cultura” – é bem sintetizado por Forster (1964, p. 224, tradução nossa):

Na categoria de ocupações indiretas, há aquelas que estão ocultas na encenação. Por exemplo, coreógrafos profissionais e esteticistas foram trazidos de centros urbanos, a fim de ensinar os “nativos” a como se comportarem como nativos. No Havaí, alguns desses profissionais foram empregados para melhorar a aparência dos funcionários, e, em pelo menos um caso, a ensinar os havaianos danças havaianas.

A United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (1976) aponta que, em meados dos anos 1970, o turismo, o desenvolvimento industrial e a mídia de massa eram responsáveis pela subversão econômica e cultural dos países em desenvolvimento, a partir dos valores presentes nos países desenvolvidos. A principal dificuldade de análise, segundo a instituição, é saber qual é a participação relativa de cada um deles no processo. O artigo traz ainda a discussão sobre a venda de artesanato local, com a deploração dos artigos confeccionados exclusivamente para a venda aos

turistas, e a transformação de elementos culturais como a dança em meras performances para os turistas.

Esse posicionamento encontra eco em várias das cartas patrimoniais publicadas a partir dos anos 1970, que apontam o turismo como uma ameaça ao patrimônio cultural e aos traços culturais locais. A Declaração de Amsterdã (1975), o Manifesto de Amsterdã (1975) e a Recomendação de Nairóbi (1976) fazem duras críticas ao papel do turismo nas cidades patrimoniais, apontando que, em excesso, a atividade lhes era prejudicial.

Nos anos 1980 e 1990, surgiu e se consolidou a discussão acerca de “culturas turísticas”; ou seja, como comenta Black (1996), a construção de elementos culturais para consumo turístico, no Mediterrâneo, dado que os turistas esperam que pontos encontrados em um país sejam comuns a toda a região:

Os costumes que são encontrados em um país do Mediterrâneo (por exemplo, a existência de uma tradição de dança na Grécia) tendem a ser definidos como parte do pacote do Mediterrâneo, como um pré-requisito cultural. Nesse caso, assim como com o turismo cultural, a demanda pode facilmente ultrapassar a oferta, levando à necessidade de se criar mais itens de “cultura.” Dessa forma, em Malta, tem-se tornado popular a encenação de danças “tradicionais” que têm, geralmente, apenas alguns anos. (BLACK, 1996, p. 117, tradução nossa).

Nas últimas décadas, tem ganho destaque a visão de que a criação, adaptação e encenação de manifestações culturais são válidas por si sós; o turismo é apenas mais um dentre vários outros fatores de mudança. Essa linha de argumentação, baseada no relativismo cultural, deriva da ascensão do pós-modernismo como novo paradigma cultural. Nessa linha, Kolar e Zabkar (2010) e Apostolakis (2003) enxergam na autenticidade apenas mais um dentre os vários atributos mercadejáveis de uma atração turístico-cultural.

A COMERCIALIZAÇÃO DAS ARTES, DO ARTESANATO E DA GASTRONOMIA

A produção associada ao turismo consiste nas artes e artesanato, culinária e gastronomia, alimentos e bebidas e manifestações culturais diversas (danças, músicas, apresentações culturais, teatro etc.). É consenso que o turismo gera o aumento da

produção das artes e do artesanato dos destinos turísticos. A avaliação de o que acontece com essa produção, em termos de qualidade, veracidade e autenticidade, continua aberta à discussão, mas a tendência de aumento da produção é inegável.

Desde pelo menos os anos 1960, discute-se a relação que existe entre o turismo e sua produção associada. Kemper (1979) trabalha o conflito entre o turismo e as artes e artesanato, apontando a tendência, presente já em vários destinos turísticos, da seguinte divisão de mercado: arte para um pequeno público de turismo de elite, com produtos de alta qualidade, e artesanato industrial para o turismo de massa, com oferta de produtos em série e preços baixos.

Hughes (1995) estuda dois projetos públicos de fomento à produção associada ao turismo, ambos na Escócia, em dois momentos diferentes – o Taste of Scotland (anos 1970) e a proposta do Scottish Food Strategy Group (anos 1990). Em resumo, Hughes (1995, p. 785, tradução nossa) aponta que o Taste of Scotland surgiu:

Na primavera de 1972, cerca de 20 organizações culturais cooperaram com o Scottish Tourist Board em um esquema-piloto para prolongar a [alta] temporada turística. [...] O programa foi chamado de “Taste of Scotland,” e promovia produtos, eventos e atrações únicas da Escócia. No decorrer do ano seguinte, o Scottish Tourist Board expandiu a iniciativa, mas se concentrou na comida. A organização criou um esquema, a fim de coordenar hotéis e restaurantes que ofereciam pratos e receitas escoceses (Scottish Tourist Board and Brown, s/d). Os termos do esquema exigiam que o estabelecimento participante ofertasse pratos que eram ou “tradicionais ou que utilizavam matérias-primas escoceses, para prover ao visitante uma refeição típica escocesa.” (Scottish Tourist Board and Brown, s/d: i).

Foi elaborado um manual baseado na obra *The Scots Kitchen: its Lore and Recipes*, de Marian McNeill, cuja primeira edição é dos anos 1920. O esquema previa três formas por meio das quais era possível ofertar pratos tradicionais escoceses, a saber: a) pratos antigos e tradicionais (*ancient traditional dishes*), conhecidos há séculos, e cuja criação respondeu a necessidade de se fazer uso, da maneira mais apropriada possível, da matéria-prima local, em uma época na qual era difícil trazer alimentos de longe; b) associação do prato a um local específico, como uma matéria-prima particular de uma região da Escócia; e c) novas criações, mas que utilizassem matérias-primas escoceses (por exemplo, o Drambuie Cream) (HUGHES, 1995).

Na prática, o programa Taste of Scotland ajudou a recuperar e desenvolver o patrimônio cultural e gastronômico escocês, a partir de fontes fidedignas do passado, mesmo que a motivação do programa fosse comercial, e que seus destinatários fossem turistas (principalmente internacionais).

Havia a noção de que o patrimônio cultural e gastronômico escocês estava “soterrado” por redes de *fast food*, supermercados e lojas de conveniência, que comercializavam alimentos padronizados, muitos dos quais não eram plantados/criados nem sequer industrializados na Escócia. Avaliava-se que esse patrimônio podia ser recuperado, trabalhado – criações contemporâneas com matéria-prima escocesa – e vendido aos turistas, nos anos 1970 (HUGHES, 1995).

Em 1993, foi criado o Scottish Food Strategy Group, por iniciativa do Ministério da Agricultura, Pesca e Alimentação da Escócia (Scottish Minister for Agriculture, Fisheries and Food), cujo objetivo era criar um selo de qualidade para comidas e bebidas industrializadas. Contudo, percebe-se que a tentativa de criação de um selo de qualidade para produtos alimentícios escoceses, que atendessem um padrão superior de qualidade, não dialogava com o patrimônio cultural e gastronômico do país nem sequer com a população local. Tratava-se, segundo Hughes (1995), única e exclusivamente de ofertar produtos com mais alto valor agregado, cuja ligação com a Escócia dava-se apenas no plano da imagem.

O Scottish Food Strategy Group utilizava fragmentos e imagens do patrimônio cultural escocês para agregar valor a uma série de produtos alimentícios; não havia nenhuma outra ligação com o povo nem sequer com a cultura escocesa. Ao contrário do programa Taste of Scotland, não havia a intenção de recuperar um patrimônio “soterrado.”

Apesar de se basear em um patrimônio culinário e gastronômico (re)construído, o programa Taste of Scotland buscava criar um patrimônio escocês, e dar a oportunidade para que turistas mais bem conhecessem tradições culinárias do país. Já a proposta do Scottish Food Strategy Group ligava-se, única e exclusivamente, a aumentar a disposição a pagar de residentes no estrangeiro por produtos alimentícios fabricados na Escócia. Não havia o objetivo de divulgar o patrimônio cultural escocês, nem sequer o

enriquecer. Segundo Hughes (1995), o patrimônio gastronômico escocês era apenas um *signifier* sem *signified*; nada de novo era criado, nada de tradicional era recuperado.

A literatura está repleta de casos particularmente interessantes acerca da trajetória das artes e do artesanato em destinos turísticos. O volume *Hosts and guests: the anthropology of tourism*, organizado por Smith (1989a), continua a ser uma importante referência para essa discussão, mesmo cerca de 30 anos após sua publicação. O capítulo *The impact of tourism on the arts and crafts of the Indians of the Southwestern United States* é escrito por Lewis Deitch (1989), que trabalhava em uma galeria de arte do sudoeste estadunidense quando revisou o texto para a segunda edição do volume.

O argumento principal de Deitch (1989) é que o contato com brancos, a imigração e o desenvolvimento do turismo não destruíram as artes e o artesanato indígenas, no Século XX, como ocorreu em outras partes dos EUA e com outros elementos culturais indígenas do sudoeste estadunidense. Pelo contrário, esse mais intenso contato promoveu a valorização das artes e do artesanato indígenas, com o consequente aumento de produção, a melhoria na qualidade das peças e a recuperação de elementos tradicionais, por meio de pesquisas acadêmicas. Deitch (1989) sustenta que o crescimento desse mercado permitiu o aumento do preço dos produtos indígenas e o reforço da identidade étnica.

Segundo Deitch (1989), o aumento da quantidade e da qualidade das artes e do artesanato indígena deve-se a quatro pontos. Primeiro, muitos produtos utilitários, como potes de cerâmica e cestas, praticamente tinham desaparecido no início do Século XX, tendo sido recuperados pelos índios com algumas adaptações, em virtude do interesse de migrantes e turistas na compra de objetos como souvenirs e peças de decoração. Segundo, alguns elementos culturais desaparecidos foram recuperados por meio de pesquisas científicas conduzidas por brancos; por exemplo, prospecções arqueológicas permitiram a recuperação de desenhos e padrões reincorporados à produção cerâmica de tribos indígenas.

Terceiro, há dois movimentos diferentes no mercado. De um lado, a produção, a qualidade e os preços pelas artes e pelo artesanato indígena nunca foram tão altos, apesar de a maioria dos artistas trabalhar nessa atividade em meio período. A qualidade

média da produção atual supera em muito a do passado. Do outro lado, o mercado foi invadido por produtos de baixíssima qualidade, feitos no México ou por índios em linha de produção, e que são vendidos como artesanato indígena. Ou seja, essa valorização é acompanhada por uma *trinketization* do mercado de produtos e souvenirs para turistas. Quarto, além do turismo, outros fatores geraram essa recuperação e valorização: o Civil Rights Movement, o aumento da população do sudoeste, a tendência *Americana* e a compra de objetos indígenas como investimento financeiro.

Em artigo-chave acerca da produção associada ao turismo, Graburn (1984) objetiva compreender as relações sociais, econômicas e culturais entre turismo, etnicidade e arte no mundo (pós-)moderno, por meio da trajetória da produção artística e artesanal de grupos étnicos atingidos pelo turismo. O autor avalia a complexidade dos processos de mudança na produção visual e material desses povos, e a influência do turismo sobre o que é produzido, seu significado e a própria percepção de etnicidade e de identidade desses grupos sociais.

Graburn (1984) constrói um esquema com seis tipos de produção artística e artesanal, a partir das seguintes dimensões: a) as fontes e influências culturais dessa produção – oferta (comunidade étnica/local; novidade/sintética; origem nacional ou internacional); e b) o mercado-alvo das peças e imagens produzidas – demanda (comunidade étnica/local; turistas e visitantes).

Segundo Graburn (1984), uma das principais mudanças verificadas em muitos destinos turísticos é a transformação das artes e artesanato do tipo tradicional comercial (*comercial traditional*) para souvenir-novidade (*souvenir novelty*). Segundo Graburn (1984, p. 399-400, tradução nossa), essa transformação:

[...] é uma tendência igualmente comum, resultante de uma desvinculação [da produção] de regras tradicionais, e, geralmente, de uma reestruturação das condições de produção. Embora os motivos básicos e/ou as formas da arte tradicional possam persistir (Cohen 1983), o tamanho e a complexidade podem diminuir, e os materiais e formatos podem mudar drasticamente. [...] As condições para esses eventos incluem (a) a presença de um mercado de massa, geralmente [formado por] turistas viajando rapidamente e de forma “light,” (b) a disposição dos produtores de se afastar de regras tradicionais, geralmente em virtude de fatores econômicos, (c) a quebra dos papéis tradicionais do artista, permitindo que outros entrem [no mercado] e compitam, (d) muitas vezes, os

materiais tradicionais estão esgotados, ou novos materiais e técnicas tornam-se abundantes ou mais baratas, e, acima de tudo, (e) uma audiência [turística] de massa que não conhece nem sequer se preocupa com artefatos “autênticos.”

O souvenir-novidade é direcionado para o mercado de massa, cujos turistas, muitas vezes, demandam apenas peças baratas para ter como recordação do destino visitado. Dado que esse tipo de souvenir tem muito pouca ou nenhuma relação com as tradições locais, ele pode ser importado de produtores localizados até mesmo em outro país, que têm acesso à matéria-prima necessária, baixos custos de produção e pode, em muitos casos, ter mais conhecimento acerca dos gostos e preferências dos turistas de massa (GRABURN, 1984). O souvenir-novidade pode ser algo inteiramente novo, criado a partir do que os turistas pensam e esperam do artesanato local, ou mesmo um produto importado.

Köhler (2011), Graburn (1984) e Smith (1989a) citam vários casos nos quais o artesanato vendido no destino é produzido em série, com matéria-prima e elementos artísticos e estéticos alheios à cultura e às tradições locais. No caso da Região Nordeste do Brasil, é facilmente perceptível a existência do assim chamado “artesanato genérico do Nordeste,” disponível – com mínimas variações – nos principais destinos turísticos dessa grande região.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo apresenta um panorama geral dos impactos sociais, econômicos, políticos e culturais do turismo cultural. Cumpre, aqui, fazer duas advertências. Primeiro, como já colocado, os estudos do turismo e dos impactos do turismo confundem-se. Logo, o estudo dos impactos do turismo cultural “espraia-se” por livros e artigos, que tratam desse segmento do mercado de turismo.

Segundo, por questão de (falta de) espaço, tópicos importantes ficaram de fora do artigo. Ressente-se, principalmente, da não abordagem do padrão de interação entre o turista e o residente local (desde os grandes condicionantes até as principais teorias utilizadas para sua descrição e caracterização) e da discussão acerca da autenticidade em turismo. Em ambos os casos, trata-se de discussões e exposições necessariamente

longas, que merecem um artigo exclusivo. No primeiro caso, Nuñez (1989) ainda é uma excelente introdução e texto de referência para esse ponto. No segundo caso, Köhler (2009) e Guerreiro e Marques (2017) são boas introduções a essa discussão.

Além disso, o artigo não aborda o tema da sustentabilidade, que é fundamental dentro dos impactos do turismo. Contudo, nesse caso, há abundância de textos, inclusive em idioma português, que trabalham com o tema da sustentabilidade no turismo.

Como considerações finais a um artigo de revisão de literatura, cumpre ressaltar três pontos. De modo geral, não se verifica mais, na literatura de turismo, o quadro encontrado nos anos 1960 e início dos anos 1970, quando os textos centravam-se, via de regra, nos impactos negativos do turismo, a exemplo de Forster (1964), Turner e Ash (1976) e MacCannell (1999). Desde os anos 1980, tem predominado a noção de que os impactos positivos tendem a ser mais intensos do que os negativos, mesmo havendo estudos de caso que apontam que o turismo pode, no limite, destruir as próprias atrações necessárias a seu desenvolvimento. De todo modo, visões marcadamente negativas acerca do turismo cultural, tão bem retratadas pela opinião da United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (1976, p. 99, tradução nossa), encontram atualmente pouco espaço na literatura:

Contudo, as civilizações são mortais, como nota Paul Valery: Babilônia, Cartago e Cuzco foram nobres nomes, e se sabe que a expansão econômica, seja qual face ela assuma – militar, religiosa, tecnológica –, é um perigo para aqueles que não estejam preparados. O turismo é parte dessa expansão, e, a não ser que grande cuidado seja tomado, os nomes de Bali, Chiang Mai, Taiti, Malinke, Masai e milhares de outros serão adicionados à já longa lista de civilizações ameaçadas, e tudo por causa do turismo.

A literatura tem dado cada vez menos espaço – e credibilidade – para esquemas de avaliação dos impactos do turismo de aplicação universal. Um modelo como o índice de irritação turística (*index of tourist irritation*) de Doxey (1975), de extensa aplicação e discussão nos anos 1970 e 1980, encontra baixíssima receptividade, atualmente. No Brasil, Aires e Fortes (2011) são um dos últimos textos que utilizam esse modelo. Smith (1989b) propõe também um modelo de aplicação universal, que liga diretamente o número de turistas a sua adaptação às normas locais e, conseqüentemente, aos impactos

gerados pelo turismo. Crescentemente, esse modelo tem sido “esquecido” pela literatura como algo aplicável para medir os impactos do turismo.

Por fim, reforça-se a noção de que o turismo adapta-se ao contexto social, econômico, político e cultural; muda o contexto, mudam o turismo e seus impactos, por mais que se admita que o próprio turismo seja um fator de mudanças. A descrição, análise e avaliação dos impactos do turismo em um destino precisam levar em conta um amplo entendimento e estudo acerca desse destino, junto com a aplicação de teorias, modelos e métodos de pesquisa.

SOCIAL, ECONOMIC, POLITICAL AND CULTURAL IMPACTS OF CULTURAL TOURISM: A LITERATURE REVIEW

ABSTRACT

We study the social, economic, political and cultural impacts of cultural tourism, with focus on those occurring at the destination. The paper provides an overview of the main impacts caused by cultural tourism, as well as bibliographical references and in-depth analysis. It comprises issues not so present in the literature in Portuguese language (e.g. asymmetric information) and seminal works and case studies, which are significant to comprehend the impacts of cultural tourism. The research methodology consists of literature review – theoretical, historical and of case studies. We address the theory of asymmetric information and the limits to community participation in the tourism development process in developing countries. We analyze topics ranging from the preservation, interpretation, commercialization and staging of culture and heritage to the arts and crafts and the gastronomy of the destination. The identification, measurement and evaluation of the impacts of cultural tourism demand the study of the social, economic, political and cultural context of the destination; this must be supplemented by adequate theories, models and research methodology. Models that intent to purport direct and univocal universal relationships between the impacts of cultural tourism and some factor or variable (e.g. number of tourists in an area) must be avoided.

KEYWORDS: CULTURAL TOURISM. IMPACTS. ASYMMETRIC INFORMATION. COMMUNITY PARTICIPATION. INTERPRETATION. COMMERCIALIZATION OF CULTURE.

REFERÊNCIAS

AAS, Christina; LADKIN, Adele; FLETCHER, John. Stakeholder collaboration and heritage management. **Annals of tourism research**, v. 32, n. 1, p. 28-48, 2005.

AIRES, Jussara Danielle Martins; FORTES, Lore. O Modelo *Irridex* de Doxey: breves considerações acerca de sua aplicação em Ponta Negra (Natal-RN). **Revista iberoamericana de turismo**, v. 1, n. 1, p. 23-33, 2011.

AKERLOF, George A. The market for "lemons": quality uncertainty and the market mechanism. **The quarterly journal of economics**, v. 84, n. 3, p. 488-500, 1970.

AP, John; WONG, Kevin K. F. Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems. **Tourism management**, v. 22, p. 551-563, 2001.

APOSTOLAKIS, Alexandros. The convergence process in heritage tourism. **Annals of tourism research**, v. 30, n. 4, p. 795-812, 2003.

BLACK, Annabel. Negotiating the tourist gaze: the example of Malta. In: BOISSEVAIN, Jeremy (ed.). **Coping with tourists: European reactions to mass tourism**. Providence: Berghahn Books, 1996. cap. 4, p. 112-142.

BOISSEVAIN, Jeremy (ed.). **Coping with tourists: European reactions to mass tourism**. Providence: Berghahn Books, 1996.

BORG, Jan van der; COSTA, Paolo; GOTTI, Giuseppe. Tourism in European heritage cities. **Annals of tourism research**, v. 23, n. 2, pp. 306-321, 1996.

BURGOS, Andrés; MERTENS, Frédéric. A perspectiva relacional na gestão do turismo de base comunitária: o caso da Prainha do Canto Verde. **Caderno virtual de turismo**, v. 15, n. 1, p. 81-98, 2015.

BURSZTYN, Ivan; DELAMARO, Lucelena da Silva; SAVIOLO, Simone; DELAMARO, Mauricio. Benchmarking: Prainha do Canto Verde. **Caderno virtual de turismo**, v. 3, n. 3, p. 18-32, 2003;

CHAMBERS, Erve. **Native tours: the anthropology of travel and tourism**. Long Grove: Waveland Press, 2000.

CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio**. 3. ed. São Paulo: Estação Liberdade: UNESP, 2006.

CRYSTAL, Eric. Tourism in Toraja (Sulawesi, Indonesia). In: SMITH, Valene L. (ed.). **Hosts and guests: the anthropology of tourism**. Second edition. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989. cap. 7, p. 139-168.

DE KADT, Emanuel Jehuda (org.). **Tourism - passport to development?: perspectives on the social and cultural effects of tourism in developing countries**. New York: Oxford University Press, 1979a.

DE KADT, Emanuel Jehuda. The encounter: changing values and attitudes. In: ____ (org.). **Tourism – passport to development?:** perspectives on the social and cultural effects of tourism in developing countries. New York: Oxford University Press, 1979b. cap. 4, p. 50-67.

DE KADT, Emanuel Jehuda. Introduction. In: ____ (org.). **Tourism – passport to development?:** perspectives on the social and cultural effects of tourism in developing countries. New York: Oxford University Press, 1979c. cap. 1, p. 3-17.

DEITCH, Lewis I. The impact of tourism on the arts and crafts of the Indians of the Southwestern United States. In: SMITH, Valene L. (ed.). **Hosts and guests:** the anthropology of tourism. Second edition. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989. cap. 11, p. 223-235.

DOXEY, J. **Development of tourism destinations.** London: Torbay, 1975.

FARRELL, Bryan H. Tourism's human conflicts: cases from the Pacific. **Annals of tourism research**, v. 6, n. 2, p. 122-136, 1979.

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

GOFFMAN, Erving. **Asylums:** essays on the social situation of mental patients and other inmates. New York: Anchor Books, 1961.

GUERREIRO, Jorge André; MARQUES, João Filipe. Visita guiada à fábrica de antiguidades: sociologia, turismo e autenticidade. **Anais brasileiros de estudos turísticos**, v. 7, n. 1, p. 8-22, 2017.

GRABURN, Nelson H. H. The anthropology of tourism. **Annals of tourism research**, v. 10, n. 1, p. 9-33, 1983.

GRABURN, Nelson H. H. The evolution of tourist arts. **Annals of tourism research**, v. 11, pp. 393-419, 1984.

GRAMMONT, Anna Maria de. Ouro Preto: problemas de um patrimônio histórico no início do século XXI. **Revista Turismo – visão e ação**, v. 8, n. 3, p. 455-467, 2006.

HALE, Amy. Representing the Cornish: contesting heritage interpretation in Cornwall. **Tourist studies**, v. 1, n. 2, p. 185-196, 2001.

HUGHES, George. Authenticity in tourism. **Annals of tourism research**, v. 22, n. 4, p. 781-803, 1995.

KARA-JOSÉ, Beatriz. **Políticas culturais e negócios urbanos**: a instrumentalização da cultura na revalorização do centro de São Paulo (1975-2000). São Paulo: Annablume; Fapesp, 2007.

KEMPER, Robert V. Tourism in Taos and Patzcuaro: a comparison of two approaches to regional development. **Annals of tourism research**, v. 6, n. 1, p. 91-110, 1979.

KÖHLER, André Fontan. Autenticidade: origens e bases da discussão em turismo. **Revista turismo - visão e ação**, v. 11, n. 3, p. 282-303, 2009.

KÖHLER, André Fontan. Patrimônio cultural, turismo e gestão pública: exploração turística predatória e desvalorização patrimonial em Igarassu, Brasil. **Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural**, v. 9, n. 2, p. 265-278, 2011.

KOLAR, Tomaz; ZABKAR, Vesna. A consumer-based model of authenticity: an oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing? **Tourism management**, v. 31, p. 652-664, 2010.

LEWIS, Gordon K. **The Virgin Islands**: a Caribbean Lilliput. Evanston: Northwestern University Press, 1972.

MACCANNELL, Dean. Reconstructed ethnicity: tourism and cultural identity in Third World communities. **Annals of tourism research**, v. 11, p. 375-391, 1984.

MACCANNELL, Dean. **The tourist**: a new theory of the leisure class. Berkeley: University of California Press, 1999.

MEDINA, Laurie Kroshus. Commoditizing culture: tourism and Maya identity. **Annals of tourism research**, v. 30, n. 2, p. 353-368, 2003.

MEETHAN, Kevin. Consuming (in) the civilized city. **Annals of tourism research**, v. 23, n. 2, p. 322-340, 1996.

MURTA, Stela Maris; GOODEY, Brian. Intepretação do patrimônio para visitantes: um quadro conceitual. In: MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina (Orgs.). **Interpretar o patrimônio**: um exercício do olhar. Belo Horizonte: Ed. UFMG; Território Brasília, 2002. p. 13-46.

NASH, Dennison. Tourism as an anthropological subject. **Current anthropology**, v. 22, n. 5, p. 461-481, 1981.

NUNEZ, Theron. Touristic studies in anthropological perspective. In: SMITH, Valene L. (ed.). **Hosts and guests**: the anthropology of tourism. Second edition. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989. cap. 14, p. 265-279.

ODERMATT, Peter. A case of neglect? The politics of (re)presentation: a Sardinian case. In: BOISSEVAIN, Jeremy (ed.). **Coping with tourists: European reactions to mass tourism**. Providence: Berghahn Books, 1996. cap. 3, p. 84-111.

RUSSO, Antonio Paolo. The “vicious circle” of tourism development in heritage cities. **Annals of tourism research**, v. 29, n. 1, p. 165-182, 2002.

SAGLIO, Christian. Tourism for discovery: a project in Lower Casamance, Senegal. In: DE KADT, Emanuel Jehuda (org.). **Tourism – passport to development?: perspectives on the social and cultural effects of tourism in developing countries**. New York: Oxford University Press, 1979. cap. 18, p. 321-335.

SALAZAR, Noel B. Tourism and glocalization: “local” tour guiding. **Annals of tourism research**, v. 32, n. 3, p. 628-646, 2005.

SALAZAR, Noel B. Touristifying Tanzania: local guides, global discourse. **Annals of tourism research**, v. 33, n. 3, p. 833-852, 2006.

SMITH, Valene L. (ed.). **Hosts and guests: the anthropology of tourism**. Second edition. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989a.

SMITH, Valene L. (ed.). Introduction. In: ____ (ed.). **Hosts and guests: the anthropology of tourism**. Second edition. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989b. p. 1-17.

TOSUN, Cevat. Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. **Tourism management**, v. 21, n. 6, p. 613-633, 2000.

TURNER, Louis; ASH, John. **The golden hordes: international tourism and the pleasure periphery**. New York: St. Martin’s Press, 1976.

UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO). The effects of tourism on socio-cultural values. **Annals of tourism research**, v. 4, n. 2, p. 74-105, 1976.

VIEIRA, Natália Miranda. **Gestão de sítios históricos: a transformação dos valores culturais e econômicos em programas de revitalização em áreas históricas**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2008.

ZARKIA, Cornélia. *Philoxenia*: receiving tourists – but not guests – on a Greek island. In: BOISSEVAIN, Jeremy (Ed.). **Coping with tourists: European reactions to mass tourism**. Providence: Berghahn Books, 1996. cap. 5, p. 143-173.

WAGER, Jonathan. Developing a strategy for the Angkor World Heritage Site. **Tourism management**, v. 16, n. 7, p. 515-523, 1995.

Cronologia do Processo Editorial

Recebido em: 14. ago. 2019

Aprovação Final: 05. set. 2019

Referência (NBR 6023/2002)

KOHLER, Andre Fontan. Impactos sociais, econômicos, políticos e culturais do turismo cultural: uma revisão de literatura. **Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)**, Mossoró/RN, vol. 8, n. 2, p. 109-141, jul./dez. 2019.