

CONCEPÇÕES E ABORDAGENS CONCEITUAIS DOS TERMOS CULTURA E TURISMO

CONCEPTIONS AND CONCEPTUAL APPROACHES FROM THE TERMS CULTURE AND TOURISM

Stefany Rettore Garbin¹

Luciene Jung de Campos²

¹ Cursando o Mestrado em Análises Discursivas e Textuais na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, PPGLET/UFRGS. regarste@gmail.com

² Professora Doutora do Centro de Ciências Humanas e do Programa de Pós Graduação, Mestrado e Doutorado em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul (PPGHTUR – UCS). ljungdecampos@gmail.com

Recebido em 17.09.2014

Aprovado em 23.10.2015

RESUMO

O presente artigo é resultado do projeto “Turismo e Cultura na Produção Acadêmica 2005-2012” do Programa de Pós-Graduação, Mestrado e Doutorado em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul, que tem por objetivo discutir como as relações conceituais entre turismo e cultura vêm sendo tratadas em dissertações de mestrado. O artigo procura uma abordagem abrangente sobre o tema, trabalhando com metodologia de estudo de caso. Foram analisadas as duas primeiras dissertações da primeira e da última turma que concluíram o Mestrado em Turismo e Hospitalidade na Universidade de Caxias do Sul (PPGHTUR-UCS). Observamos que a cultura, enquanto conceito, vem sendo atrelada às práticas em Turismo na fomentação de padrões consumistas através da indústria cultural. O objetivismo acadêmico prioriza a apresentação de resultados nas dissertações, o que inibe os estudantes de deixar questões em aberto. Assim, os textos tendem a instrumentalizar a cultura como conteúdo e subsídio de argumentação, sem que ocorra uma mediação teórica e um atravessamento político entre turismo e cultura.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo Cultural; Estudo de Caso; Indústria Cultural; PPGHTUR-UCS

ABSTRACT

The article is submitted as result of the project “Culture and Tourism in Academic Research 2005-2012”. The project is part of the Post-Graduation Program in Tourism and Hospitality from Caxias do Sul University. The main question is the way that the relations between tourism and culture are appearing in the dissertations of students in the master degree. The case methodology was used because it allows a wide approach of the subject. The two first dissertations of the first and the last class that concludes the master degree in Tourism and Hospitality in Caxias do Sul University were chose. It was observed that culture, as concept, has been switched on tourism practices that by cultural industry contributes for consumer patterns. Academicals objectivism puts results in first place in dissertations and this inhibit most of students to let questions open, questions that made part of scientific knowledge. Therefore, the essays tend to enforce culture to base any arguments as if concepts could be content without theory and political tie between tourism and culture.

KEYWORDS: Cultural Tourism; Case; Cultural Industry; PPGHTUR-UCS

1. INTRODUÇÃO

Os conceitos de cultura e de turismo, por si sós, são objetos de diferentes concepções teóricas e abordagens metodológicas. Diferença que se justifica conforme a origem acadêmica/disciplinar, institucional, geográfica e política de cada autor. A relação entre os dois conceitos pode ser tão diversa e complexa quanto é o alcance de cada um. Essa complexidade reflete-se nas dissertações acerca do tema, que são colocadas em diálogo com os conceitos em estudo neste artigo. Integrado ao projeto de pesquisa “Turismo e Cultura na Produção Acadêmica 2005-2012” do Programa de Pós-Graduação, Mestrado e Doutorado em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul (PPGHTUR – UCS), considerou-se pertinente analisar a produção acadêmica do próprio curso. Propõe-se que a partir dos casos apresentados, reflita-se sobre a forma com que estudantes vem caracterizando seus objetos de estudo como sendo ou não ‘cultura’, com que objetivo o fazem, e a que resultados chegam a partir disso. Não se tem por objetivo traçar e classificar exaustivamente artigos, dissertações ou projetos de extensão. Para fazer uma discussão, opta-se por uma crítica interna à produção de conhecimento sobre cultura e turismo que não se estende a outras linhas de pesquisa, das quais pouco conhecemos a trajetória.

A metodologia de pesquisa possibilita uma visão abrangente de um fenômeno contemporâneo o qual não temos controle e que está inserido em um contexto da vida real. Não é nossa pretensão fazer generalizações, porém de acordo com Yin (2010), em estudos de casos múltiplos, assim como em experimentos múltiplos, é possível generalizar proposições teóricas. Portanto, diferente de uma amostragem, o estudo de caso pretende expandir teorias e não enumerar frequências. Objetiva-se fazer uma discussão teórica entre os casos selecionados à luz do referencial teórico buscando criar um novo espaço de construção dos conceitos, bem como perceber os modos como as relações entre turismo e cultura vêm sendo tratadas nas dissertações. Assim, objetiva-se também, perceber outras possibilidades de discussão que estes textos poderiam abranger, não de forma a generalizar as observações, mas de propor novos lugares teóricos no campo do Turismo Cultural.

Entende-se cultura como um processo e um conceito que como qualquer outro variou e continua sofrendo alterações. Ao conceituar e delimitar o que é ‘cultura’, o que importa para a representação

social não é o que ela é materialmente, mas como ela significa. Realizou-se uma nova relação da cultura com a identidade, diferente daquela apresentada nas dissertações, e da cultura de consumo ou ‘indústria cultural’ e sua complexa relação com o turismo. O turismo que, tanto pode contribuir para salvaguardar o patrimônio cultural de uma comunidade, quanto pode explorar, homogeneizar e (des) significar culturas, sem objetivar as pessoas que a constituíram e nela se constituem.

No decorrer do processo de trabalho de todo o projeto, foram aplicados dois procedimentos em relação à metodologia. Primeiramente, realizou-se um levantamento inicial de caráter exploratório no qual constam todas as dissertações finaliza das entre 2002 e 2013 que se aproximam do conceito de cultura. Em seguida, sabendo da influência que as primeiras delas tiveram para a reestruturação do curso em 2004, estas foram tomadas como caso, sendo analisadas as duas primeiras dissertações da primeira e da última turma que concluíram o Mestrado em Turismo e Hospitalidade na Universidade de Caxias do Sul. Este artigo faz parte deste segundo processo de análise, leitura e entrecruzamento das dissertações.

2. TURISMO E CULTURA: O TURISMO DIZ TUDO O QUE DEVEMOS PENSAR?

Desde a criação do curso de Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, em 2000, nesses quinze anos de percurso, muito se avançou nos estudos sobre Turismo Cultural e muito ainda se debate acerca do que é cultura e da sua complexidade. Para melhor basear as colocações, é preciso ressaltar porque a “cultura” é um conceito tão importante ao turismo. Antes disso, é preciso ainda compreender porque a cultura é tão evocada.

Cultura, desde os primeiros usos do termo é pensada como um processo. Existe uma ligação estreita entre a produção material, com suas condicionantes contextuais e a produção de significação. Ou seja, a cultura é um terreno de relações de poder que não apenas gera ou informa essas relações, mas também é determinada por elas. Tudo é cultura? Músicas, palavras, gestos, expressões, roupas; isso faz parte do nosso mundo material, mas o que importa para a representação social não é o que elas são, mas o que elas significam e como significam diferente em cada sociedade conforme sua representação: “To use another metaphor, they function as signs. Signs stand for or represent our concepts, ideas and feelings in such a way as to enable other to ‘read’, decode or interpret their

meaning in roughly the same way that we do.” (HALL, 1997, p. 4). Assim, justificam-se tantas abordagens do conceito de cultura, quanto existam expressões culturais.

Antes de voltar à questão do agenciamento ou não na recepção dos significados, é importante perceber que, se a cultura é uma rede significativa ela só pode existir enquanto há linguagem, e há linguagem enquanto há sujeitos. Pensamos o sujeito, descentrado da razão, que sofre por conta de sua pouca consistência. A forma que este sujeito encontra para lidar com essa vulnerabilidade é entregar-se às alienações identificatórias. Assim, ele é lançado para sempre numa linha de ficção, num estado de permanente discordância com a ideia de si mesmo. Necessita identificar-se para existir (CAMPOS, 2012).

Portanto, independente da corrente teórica pós-moderna que iremos seguir, admite-se aqui que os sujeitos se encontram, ou são encontrados por uma identidade cultural ou uma ligação cultural ou algo com o que se identifiquem. As posições identitárias servem como categorias de ordenação, definindo e situando o sujeito em relação a diversas variáveis. Mas a identidade é uma escolha individual? Ou é uma determinação social?

Sempre há uma tensão entre individual e coletivo. A cultura é esse lugar de significação, nessas categorias nós interagimos e damos significados a ela e a nós mesmos. Entretanto, nas críticas pós-guerra à indústria cultural, por exemplo, assim como na citação anterior de Hall (1997), esse agenciamento do sujeito é colocado em questão, já que toda a função da cultura e da comunicação são também problematizados. “Conceito cunhado por Adorno na década de 1940, a “indústria” cultural significa que os bens culturais perdem sua autarquia, inscrevendo-se no movimento geral de produção de cultura como mercadoria” (MATOS, 2010, p. 25), para além disso, consiste na manipulação ideológica dos consumidores desse ‘produto’.

Tanto o turismo quanto a cultura têm suas formas de consumo, o primeiro muito mais que o segundo. Propõe-se então que uma forma de turismo poderia ser caracterizada como de “consumo cultural” – isto significa dizer que em algumas situações não podemos falar em ‘cultura de turismo’, mas sim de um turismo que se inclui na indústria cultural e seu produto é, conseqüentemente, o consumo:

[...] procedimentos da indústria cultural se fortalecem no circuito infindável de promessas de conhecimento e frustrações, acenando com a felicidade pelo consumo facilitado de bens culturais; mas inviabilizam, em permanência, sua realização pelo não acesso à compreensão (MATOS, 2010 p. 31).

De acordo com Hernández (et al, 2009), os meios de comunicação com seus produtos culturais fazem da prática turística um empório que condiciona a conduta do consumidor a reproduzir as práticas sociais. Ou seja, quando propomos a discussão de um ‘turismo de consumo cultural’ estamos tratando de um deslocamento espacial do sujeito que é fixado simbolicamente. Seria o mesmo que dizer que alguém passou como turista por algo, justamente isso é dizer que passou sem perceber ou compreender algo, que teve um olhar superficial. O turismo é parte da sociedade de consumo. E se o consumo pode e é fomentado, *as indústrias culturais também fomentam padrões consumistas de destinos turísticos, da mesma maneira que fazem com as expressões culturais.*

Ainda, neste processo de guardar e reproduzir modelos estéticos e simbólicos como essências de um passado e de uma tradição, separa-se os objetos das relações sociais e culturais para as quais foram produzidos, convertendo-os em obras de valor reduzido a um lugar monumentalizado. Há algo que desaparece nesse processo, que se perde. Confinando o objeto à instantaneidade do consumo, a transformação operada pela indústria cultural afeta sua transmissão, onde seu ‘valor de tradição’ encontra-se desvalorizado (MATOS, 2010).

O patrimônio cultural institucionalizado, mesmo que tenha os comuns objetivos de preservação dos costumes e tradições, em sua grande maioria, fazem parte de um projeto legitimador de modernização e prolongamento com o passado. A apropriação dos bens históricos, culturais e tradições populares por empresas com objetivos turísticos que prometem desenvolvimento econômico costumam fixar valor, estabelecer um modelo e garantir a cumplicidade social (CANCLINI, 2003). A concentração dos atrativos, meios e serviços turísticos nas mãos do capital privado contribui para a homogeneização a partir da heterogeneidade cultural das nações.

Dentro dessa gama complexa de expropriações da cultura através do turismo junto à indústria cultural gerando padrões de destinos, a questão continua sendo: como os países ditos ‘subdesenvolvidos’ podem fugir do imaginário de exploração natural e cultural colonialista, criando roteiros originais, que valorizem, protejam e que não congelem suas expressões culturais?

Segundo Barretto (2007), o turismo não diz respeito somente a quem viaja, mas também a quem recebe este viajante. De forma fácil, pode ser explicado como uma relação de compra e venda capitalista, uma troca entre aqueles que consomem e aqueles que criam atrações e prestam serviços. Mas, para além disso, ela propõe que pensemos o turismo como um rizoma, que cresce e se expande na forma de subsistemas independentes que se relacionam em diferentes graus de dependência. O turismo, para ser turismo, deve ter uma estrutura de serviço, do contrário os turistas seriam somente viajantes.

O crescente gosto por turismo cultural tem mudado lentamente o que ela chama de *cultura de turismo* (BARRETTO, 2007, p. 24). Um interessante aspecto de seu trabalho é que, apesar da ênfase crítica nos processos de aculturação que o turismo cultural pode causar, nas críticas ao mau direcionamento de verbas e má distribuição de rendas geradas pelo turismo, defende que as mudanças culturais ou a aculturação não tem de estar necessariamente associada a aspectos negativos. Nas palavras da autora, se “al contrario, las tradiciones han sido inventadas de una forma creíble y coherente, y se mantienen en un espacio turístico, sin impedir el dinamismo de la cultura, los turistas serán beneficiados con un producto genuino y la población local con un espacio de recuperación de la memoria.” (BARRETTO, 2007, p. 100).

Em diálogo com o pensamento de Barretto, compreende-se então o Turismo como “o conjunto de partes que produz qualidade e propriedades como destino turístico (lugar, mais serviços, cultura)” (GASTAL e MOESH, 2007, p. 47). Segundo elas, o turismo deve estar associado a uma atividade de “estranhamento” do conhecido, independentemente do espaço percorrido. O afastamento do cotidiano e a ressignificação do mesmo a partir deste outro lugar ocupado, em função do deslocamento, proporciona uma leitura que se inicia no estranhamento. Ou seja, no momento em que o sujeito descobre, mesmo no espaço cotidiano, outras culturas, outras formas possíveis de identificação, às quais o sujeito tanto necessita.

Assim, temos a cultura associada ao corpo que se desloca, onde Gastal (2008) enfatiza, ao mobilizar as origens da palavra, a noção de cultura como algo que se faz fisicamente e não apenas intelectualmente. Ela ainda explica que, com o processo de colonização a palavra cultura foi tomando a forma de erudição, como um fetiche, algo que se tem e não mais um processo que se vive (GASTAL, 2008, p. 109).

A mesma crítica e leitura desses “usos” da cultura e sua ligação com algo erudito, superior, fez o conhecido poeta britânico Matthew Arnold em 1869, no livro *Culture and Anarchy*:

“The disparagers of culture make its motive curiosity; sometimes, indeed, they make its motive mere exclusiveness and vanity. The culture which is supposed to plume itself on a smattering of Greek and Latin is a culture which is begotten by nothing so intellectual as curiosity; it is valued either out of sheer vanity and ignorance, or else as an engine of social and class distinction, separating its holder, like a badge or title, from other people who have not got it.”(ARNOLD, 1869, p. 5)

Mas essa primeira abordagem de ‘estado espiritual desenvolvido’, tem sido abandonada e termos como multiculturalismo, hibridismo e cultura(s) são os que têm tomado espaço nas discussões teóricas recentes. O que Gastal (2008) afirma é que, para o Turismo, a cultura não é apenas teoria, ou conceito, ou algo estático. No turismo a cultura ganha forma e gera produtos e manifestações concretas de todos os tipos. E isso, segundo Gastal (2008) faz parte da resposta para a simples pergunta: por que as pessoas viajam? Normalmente, as pessoas viajam para mudar seus pontos de vista, sair da estabilidade e segurança, hoje o turismo de massa transformou o ato de viajar em sinônimo de liberdade, prazer, diferenciação, mas como já citamos no exemplo da “indústria cultural”, esse consumo turístico abalaria o sentido da viagem.

Gastal (2008) explica que o problema do turismo cultural é que ele tem se constituído em torno dos grandes ícones da “cultura erudita” onde a decodificação vem predeterminada. Nessa forma de turismo não há troca entre visitantes e visitados. Ou seja, temos o turismo atrelado à cultura nesse movimento de corpos em deslocamento, que, em sua relação com a indústria cultural congela a resignificação possível do sujeito. Sendo nessa relação, o turismo como agente determinante da institucionalização cultural.

Para que isso mude é preciso fazer da cultura um processo vivo e comunitário e não algo para ser assimilado e consumido (GASTAL, 2008, p. 116). Contribui-se trazendo para o debate o papel político do Turismo enquanto disciplina de construção de conhecimento social, para o social. Não é a Antropologia, ou a Sociologia que planejam a inclusão de roteiros e atrativos que contemplem o desenrolar cultural das práticas comunitárias disponíveis aos viajantes. Estas disciplinas podem contribuir criticamente para reposicionar e transformar o planejamento turístico. Mas é no

planejamento público da organização turística de uma determinada localidade que está endereçado o investimento financeiro coletivo e esta é a responsabilidade do turismólogo em relação ao patrimônio, à cultura e à história. Assim compreendemos a área do Turismo Cultural.

3. METODOLOGIA:

No desenvolvimento do projeto e da pesquisa foram realizados dois processos. O primeiro consistiu na tabulação das dissertações disponíveis online no *site* do PPGTURH – UCS¹ que, a partir do título, resumo e palavras-chave, tinham relação com o termo “cultura”. Construiu-se uma tabela onde foram organizadas as quatorze dissertações sobre o tema entre os anos de 2003 e 2014. Sabendo da influência que as primeiras delas tiveram para a reestruturação do curso em 2004, deixou-se a tabela como um levantamento inicial e mudou-se a metodologia para Estudo de Caso, que compreende a revisão bibliográfica do conceito em diálogo com uma análise teórico-analítica dos textos.

Fez-se esta opção em função dos objetivos específicos traçados desde as primeiras problematizações do projeto, os quais mantemos neste artigo. Nossas suposições iniciais iam além do simples contexto de aplicação, queria-se compreender se o conceito de cultura era trazido ao texto como mero instrumento para justificação de argumentos, se era problematizado enquanto abordagem crítica das relações e expressões culturais, ou se estava ali posto como mera conveniência sem maiores teorizações.

De acordo com Yin (2010), as possibilidades abrangentes do estudo de caso permitem observações que a pesquisa experimental (separa fenômeno do contexto), o levantamento de dados (dar conta de fenômeno e contexto com capacidade de investigação do contexto limitada) ou a pesquisa histórica (que lida com o entrelaçamento de fenômeno e contexto no passado) não dão conta. Sua especificidade é a possibilidade de um olhar contemporâneo sobre fenômeno e contexto. Não é nossa pretensão fazer generalizações científicas, porém de acordo com Yin (2010), em estudos de casos múltiplos é possível generalizar proposições teóricas. Portanto, diferente de uma amostragem o estudo de caso pretende expandir teorias e não enumerar frequências.

Para isso destacamos para leitura quatro dissertações: as duas primeiras defesas da primeira e última turma que concluíram o curso. No caso da primeira turma, selecionamos as duas primeiras defesas

¹Site: <http://www.ucs.br/site/pos-graduacao/formacao-stricto-sensu/turismo/>. Acesso em 21 ago. 14.

relacionadas à cultura. Isto, porque a linha de pesquisa “Turismo, Meio Ambiente, Cultura e Sociedade” tomou forma apenas a partir de 2004, quando ocorreu uma reestruturação no projeto inicial do curso que visava atender os itens da avaliação da CAPES e as indicações dos alunos. No último ano, utilizamos as duas primeiras defesas da linha de pesquisa já citada, que se direciona à cultura.

O processo de reestruturação pela qual passou o curso é perceptível também nas dissertações que iremos apresentar, já que as mudanças nas linhas de pesquisa vieram também das demandas dos trabalhos dos alunos nos três primeiros anos do curso. Justifica-se assim, a mudança na abordagem inicial do projeto (que seria 2005 – 2012), pois se considerou importante destacar essa variação que ocorreu dentro do curso da Universidade de Caxias do Sul e conseqüentemente, dentro dos trabalhos.

As dissertações analisadas são:

- *“Turismo e Patrimônio Cultural: Memória e identidade do Patrimônio tombado do Município de Antônio Prado”* de Fernando Roveda, defendida no dia onze de abril de dois mil e três e orientada pela Profa. Dra. Cleodes Maria Piazza Julio Ribeiro;
- *“A Contribuição dos Cartazes da Festa da Uva na Construção da Imagem Turística de Caxias do Sul”* de Alexandra Marcella Zottis, defendida no dia vinte e cinco de abril de dois mil e três e orientada pelo Prof. Dr. Jayme Paviani;
- *“Turismo e eventos: os festejos farroupilhas de Caxias do Sul-RS”* de Anaize Spada, defendida no dia cinco de abril de dois mil e treze e orientada pela Profa. Dra. Susana de Araujo Gastal;
- *“Turismo e imaginário: o percurso histórico do chocolate em Gramado/RS”* de Daniela Pereira de Vargas, defendida no dia oito de agosto de dois mil e treze e orientada pela Profa. Dra. Susana de Araujo Gastal.

Destaca-se a escolha metodológica de tais dissertações, portanto quatro estudos de caso e não apenas um, pois escolher apenas uma variável é apostar muito em apenas uma abordagem. O uso de quatro casos permite uma análise sintética com a possibilidade de replicação direta, pois estando, mesmo que minimamente em diferentes contextos, é possível chegar a conclusões comuns a partir dos diferentes casos.

4. AS PRIMEIRAS DISSERTAÇÕES E SUA ABORDAGEM CULTURAL

Caso 1

Fernando Roveda concluiu o curso de Mestrado em 2003, a primeira dissertação defendida no curso de Mestrado em Turismo na Universidade de Caxias do Sul é também uma bibliografia de referência para estudos na área, já que foi um dos primeiros trabalhos na região a propor na prática uma aproximação entre Turismo e Patrimônio Cultural.

O objetivo do trabalho é demonstrar a importância da escrita da história local para a compreensão e valorização do Patrimônio Cultural. O objeto de estudo é o patrimônio tombado pelo IPHAN em 1989, na cidade de Antonio Prado, RS, que são 47 casas, a maior parte delas de madeira, que foram construídas na época da fundação do município por volta de 1875. De acordo com o autor, a pesquisa a cerca desse patrimônio poderia gerar motivações e expectativas que desenvolvam o turismo cultural na região.

Roveda fez um levantamento de fontes documentais e entrevistas orais para a reconstituição histórica das casas. Resgatando e rearticulando essas referências através da memória coletiva da população local, esse trabalho gera conhecimento e agrega valor simbólico ao patrimônio. A partir disso o autor acredita ser possível gerar um destino turístico mais qualificado pela valorização do patrimônio material e imaterial, sendo possível gerar um turismo sustentável que prevê a inclusão da comunidade de forma participativa e controladora da atividade turística:

“Pode-se afirmar que, quanto mais os residentes da comunidade se beneficiarem do turismo, mais se sentirão motivados para proteger o patrimônio cultural e natural, a herança cultural, e apoiar as atividades do turismo, pois é delas que se formam os atrativos locais para os visitantes.” (ROVEDA, 2003, p 118)

A questão, em relação à dissertação de Roveda, é que não fica claro qual o papel do Patrimônio Imaterial nesse levantamento, se é que lhe foi designado um espaço. Nas considerações finais ele propõe que seja criada uma “Rota de Turismo Cultural relacionada ao Patrimônio Cultural Tombado de Antônio Prado” (p. 190), o que se refere claramente ao patrimônio material. O corpo do texto não traz maiores explicações tampouco nos referencias teóricos onde poderiam ser evidentes as diferenciações entre os tipos de patrimônios – de fato, ambos estão incluídos no grande grupo do Patrimônio Cultural – mas valorizar o patrimônio material através da reconstituição histórica, não

significa conseqüentemente atribuir valor ao patrimônio imaterial como o autor dá a entender na introdução do trabalho:

“Com a reconstituição histórica, através da memória coletiva e, conseqüentemente, com a valorização do patrimônio cultural e de suas manifestações materiais e imateriais, poderá ocorrer a oferta de um destino turístico mais qualificado, porque é alimentado pela ‘força vital’ da própria experiência histórica local.” (ROVEDA, 2003, p. 15)

De qualquer maneira, propor uma reconstrução histórica da memória e expressões culturais locais, bem como a construção de um Patrimônio Imaterial para gerar a valorização de um Patrimônio Material Tombado, seria uma proposta inovadora para um trabalho exploratório como foi o feito por Roveda. Esse trabalho e essa temática pouco estudada poderiam servir como inspiração para estudos futuros.

Caso 2

A segunda dissertação a ser analisada é da autora Alexandra Marcella Zottis, que defendeu a dissertação “*A Contribuição dos Cartazes da Festa da Uva na Construção da Imagem Turística de Caxias do Sul*”. Destaca-se que em nenhum momento a autora refere-se conceitualmente à cultura, nem no resumo, tampouco há um item no sumário, exceto pela abordagem da imagem em relação com a identidade e o imaginário.

Deste modo, mesmo sem chegar a citar a cultura como conceito, ao abordar a forma como os cartazes contribuem para a construção da imagem turística da cidade, através do conceito de identidade ela está, indiretamente, sugerindo a ideia de cultura. Nas palavras da autora: “O respeito à importância da participação da comunidade, a partir de representantes de todos os níveis da sociedade, na construção e projeção da imagem, é uma forma de garantir a própria sustentabilidade do destino turístico” (p. 46). Segundo ela, os cartazes registram recortes muito particulares do contexto de cada edição, mas sempre evocando o passado e reforçando as simbologias *mulher, homem, uva, festivo, agrário/industrial*.

Ao final, mesmo referindo-se que os antigos cartazes expressam a realidade da cidade, tornando-se uma referência para a construção da imagem turística de Caxias do Sul, a autora não deixa de observar a necessidade de dinamização dessas referências conforme o crescimento da cidade para que a Festa continue retratando a sociedade como um todo. Mesmo que isso não esteja posto nos termos do

turismo cultural, a dissertação faz uma relação muito forte com a cultura da cidade, já que não apenas a Festa da Uva é construída com base na cultura da população, mas essa cultura também é determinante e limitadora das expressões culturais locais.

5. DEZ ANOS DEPOIS: DISSERTAÇÕES DEFENDIDAS EM 2013 E SUA ABORDAGEM SOBRE CULTURA

Caso 3

A primeira dissertação defendida nesse ano foi a de Anaize Spada. Em "*Turismo e eventos: os festejos farroupilhas de Caxias do Sul-RS*", ela faz uma análise crítica pertinente da organização dos Festejos Farroupilhas na cidade de Caxias do Sul. De forma breve a investigação e objetivos da autora consistiam em analisar um festejo que tem tomado grandes proporções nos últimos anos e, enquanto evento de expressão cultural associada ao regional rural da pecuária no Rio Grande do Sul (cultura gaúcha) este pode ser relacionado ao turismo cultural e turismo-cidadão.

Somente ao fim do trabalho fica evidente o objetivo e a crítica da autora. Além de seu aprofundamento bibliográfico na história do evento e da cultura que o evento representa, seu enfoque é dado ao investimento de verba pública e a má gestão do evento. Enquanto a primeira parte, de levantamento histórico, dá suporte à importância cultural do evento e a possível justificativa da aplicação de leis de incentivo cultural ao mesmo, caberia ainda uma análise sobre a divergência entre agentes culturais sobre a pertinência cultural dos eventos "tradicionalistas" do Rio Grande do Sul. A segunda parte, mais administrativa, mostra como esse dinheiro é mal gerenciado pela organização do evento.

Dessa forma, a dissertação termina questionando se o evento Festejos Farroupilhas contribui para o turismo cultural da cidade de Caxias do Sul. Tanto no que diz respeito ao público atingido pelo evento (90% residente em Caxias do Sul), quanto no que consiste à organização do evento para tal objetivo, a autora conclui que não. Dessa forma, o evento não pode ser considerado turístico de acordo com o conceito geral de turista (não existe deslocamento). Mas pode ser considerado turismo cidadão, conforme Gastal e Moesch (2007) já que os participantes estão se apropriando do espaço e vivenciando situações diferentes.

Percebe-se a importância do trabalho da autora para a melhoria do evento, que é público, mas cuja administração, organização e prestação de contas não são disponibilizadas à população. Ela avalia que uma melhor gestão, independente do caráter regional e tradicional do mesmo, poderia contribuir para a divulgação da “cultura gaúcha”, para o conhecimento e aproveitamento geral da população local sobre o evento, bem como para o crescimento do mesmo enquanto evento turístico cultural que divulga a tradição e beneficia a cidade. Nas palavras da autora ao final do artigo em anexo na dissertação, publicado nos Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL: “É de fundamental importância que os Festejos Farroupilhas sejam divulgados com a intenção de atrair turistas para a cidade, e na oportunidade, apresentar a cultura regional.” (SPADA, 2013, p. 138)

Porém, para um trabalho que trata da pertinência de um evento cultural para o turismo da cidade, fica faltando um conceito que discuta, para além de duas páginas sobre turismo cultural, o que é especificamente cultura. Assim como os realizadores do evento, ela busca na continuidade do passado a justificativa para a realização de um evento que mantém a tradição, sem abordar de forma teórica a principal crítica que ela própria faz, através da análise de gestão. Será que a realização do evento contribui para a aproximação das pessoas, para a divulgação, desenvolvimento, renovação, celebração e circulação dessa expressão cultural?

Caso 4

Daniela Pereira de Vargas defendeu sua dissertação na Universidade de Caxias do Sul em 2013, sendo interessante que, mesmo estando na linha de “Turismo: Meio Ambiente, Cultura e Sociedade”, a dissertação “*Turismo e imaginário: o percurso histórico do chocolate em Gramado/RS*” não aparece na tabulação inicial, já que a autora usa o conceito de imaginário e não de cultura como central. Ela coloca o chocolate como produto e imaginário, na sua associação com o turismo local. O trabalho propõe contextualizar historicamente a fabricação e venda do chocolate de Gramado e defender a presença deste produto no imaginário local a partir de sua vinculação com o turismo.

Ou seja, não só o chocolate alimenta o imaginário turístico local, como a produção e venda do produto só cresceu e tomou a forma que tem hoje, pela sua vinculação com o turismo. Ela faz um resgate histórico do surgimento do produto, as primeiras fábricas, os modos de produção (caseira, artesanal e gourmet) e procura identificar como o imaginário é construído e influencia o turismo do município. Aqui é um dos pontos onde seria possível acrescentar, como também as demandas de atendimento ao turismo/turista criaram um imaginário em torno do chocolate de Gramado.

Mesmo estando na segura posição de pesquisa exploratória, fica faltando ao menos a menção a uma crítica nesse sentido, já que é de conhecimento geral a construção turística fantasiosa e pouco patrimonial que a cidade de Gramado (RS) possui. Isso não interessa para desqualificar o turismo da cidade, mas a autora perde a oportunidade de dar embasamento, não só para conhecimento, mas para a valorização cultural da produção de chocolate em Gramado (RS). Apoiada em entrevistas, no aporte teórico da história oral, em pesquisa documental; perde a oportunidade de trabalhar, não só para identificar a presença do chocolate no imaginário, mas para agregar valor patrimonial, logo também turístico, ao produto.

Das conclusões finais da autora que afirma que o chocolate é “um atrativo turístico de Gramado, um produto gastronômico e que tem relação de identidade com o município” poderia se dizer que sua relação de identidade com o município deriva justamente pelo fato de ele ser um grande atrativo em uma cidade que depende 90% (como cita a própria dissertação) do turismo. Essa descrição reforça a crítica do turismo empresarial característico da cidade, quando poderia defender a produção do chocolate como cultura e a necessidade de um planejamento e valorização do mesmo dentro do Turismo Cultural.

Se a tendência cultural é manter algum tipo de identidade, quando muitos turistas buscam um reencontro com o passado e referente a ideia de autentico, o chocolate perde nesse sentido por ser um investimento empresarial voltado ao turismo. A questão da autenticidade tem implicação na tradição:

Lo que ha sucedido en los últimos anos, en el campo del turismo, es que se han inventado tradiciones que no tienen referentes en el pasado, y cuya única función ha sido la de servir como atractivos turísticos “culturales”. En realidad, son atractivos artificiales, ya que no se apoyan en una historia verídica (BARRETTO, 2007, pg. 99)

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde o início da pesquisa, o objetivo geral era entender como e para que vinha sendo utilizado o conceito de cultura nas dissertações. Encontramos relações com a gastronomia, com festejos, com produção de imagens, com patrimônio material. Nenhuma das dissertações coloca em questão se o seu objeto de análise para desenvolvimento de Turismo Cultural é ou não cultura. Não que seja possível fazer esse julgamento e chegar a uma conclusão definitiva, mas colocar isso em questão

poderia contribuir para pensar uma prática turística mais coerente com as necessidades sociais de cada local.

Na dissertação sobre o Patrimônio de Antonio Prado, mesmo que seja importante para região o incentivo turístico, qual é o impacto da criação de uma Rota de Turismo Cultural? Será que apenas a valorização do Patrimônio Material é o suficiente? E ainda, será que a valorização desse patrimônio tombado há (no período da defesa) 14 anos só deve ser feita quando surge interesse turístico por parte da economia local?

A questão da construção da imagem turística através dos cartazes da Festa Nacional da Uva em Caxias do Sul também poderia ter sido mais autocrítica. Como em um jogo de espelhos, tanto a imagem turística reflete a realidade da cidade, quanto o próprio reflexo que se quer passar para fora, produz uma imagem idealizada que é depois reproduzida. Como a própria autora coloca, os cartazes devem dinamizar as referências simbólicas conforme a cidade dinamiza-se socialmente, mas essa correspondência não acontece. A imagem é idealizada e, talvez, sempre tenha sido. O problema é que a dissertação não demonstra a tensão entre individual e coletivo na construção da identidade para a construção da imagem, seja ela local ou turística. A construção da identidade é um jogo de poder em que nunca uma sociedade será representada como um todo. Toda a cidade, cria seus sinais.

Isso transparece também na dissertação sobre os Festejos Farroupilhas. Será que a realização do evento contribui para a aproximação das pessoas, para a divulgação, desenvolvimento, renovação, celebração e circulação dessa expressão cultural? Como coloca Gastal (2008), é preciso analisar também se este simbolismo pode ou não ser transmitido a possíveis turistas. A reorganização e melhor (ou diferente) gestão do evento não descaracterizaria essa expressão cultural para a comunidade local? O direcionamento desse evento para o consumo turístico não abalaria a identificação social com a festividade?

E por fim, a dissertação sobre o percurso histórico do chocolate em Gramado/RS. Talvez a que mais poderia ter contribuído para o turismo local se tivesse um melhor direcionamento quanto à questão cultural do produto chocolate caracterizando-o como patrimônio imaterial, por exemplo. Em uma cidade que depende economicamente do turismo, é obvio que o chocolate como produto de consumo será importante para a identidade local. A autora faz um vasto trabalho de pesquisa com entrevistas

sobre as origens da produção local, porém deixa de trabalhar, não só para identificar a presença do chocolate no imaginário, mas também para agregar valor patrimonial e histórico, logo também turístico (que o produto já possui de forma comercial).

Observa-se nos casos abordados que, mesmo nos capítulos teóricos, as dissertações não trazem o conceito de cultura como questão central. Se isso não poderia ter sido o enfoque das dissertações, um Turismo Cultural sem diletantismos teria ao menos feito as questões, ou deixado sugestões, seja no referencial teórico ou nas considerações finais. Pensamos que a necessidade de objetividade acadêmica de expor um “resultado” nas dissertações intimida os alunos a deixar questões em aberto nas suas teorizações. Entretanto, a capacidade de reconhecer as limitações e brechas que toda pesquisa acadêmica possui poderia contribuir para a seriedade e compromisso social do turismo com a cultura.

7. FONTES

Dissertações

“Turismo e Patrimônio Cultural: Memória e identidade do Patrimônio tombado do Município de Antônio Prado” de Fernando Roveda, defendida no dia onze de abril de dois mil e três e orientada pela Prof^a. Dra. Cleodes Maria Piazza Julio Ribeiro. Disponível na Biblioteca da Universidade de Caxias do Sul sob referência: DIS 338.483.12 R873t

“A Contribuição dos Cartazes da Festa da Uva na Construção da Imagem Turística de Caxias do Sul” de Alexandra Marcella Zottis, defendida no dia vinte e cinco de abril de dois mil e três e orientada pelo Prof. Dr. Jayme Paviani. Disponível no acervo da Secretaria do Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul.

“Turismo e eventos: os festejos farroupilhas de Caxias do Sul-RS” de Anaize Spada, defendida no dia cinco de abril de dois mil e treze e orientada pela Prof^a. Dra. Susana de Araujo Gastal. Disponível no site do PPGTURH – UCS sob link: http://biblioteca.ucs.br/Anaize_Spada.pdf. Acesso em: 21 ago. 14.

“Turismo e imaginário: o percurso histórico do chocolate em Gramado/RS” de Daniela Pereira de Vargas, defendida no dia oito de agosto de dois mil e treze e orientada pela Prof^a. Dra. Susana de Araujo Gastal. Disponível no acervo da Secretaria do Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul.

Documentação do PPGTURH- UCS:

Projeto programa Pós-Graduação em Turismo: Mestrado (1999). Disponível no acervo da Secretaria do Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul.

Proposta de Reestruturação do Programa Pós-Graduação em Turismo: Mestrado (2004). Disponível no acervo da Secretaria do Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul.

Referencias

ARNOLD, Matthew. **Culture and Anarchy**: an essay in political and social criticism. London: Smith, Eldnan & Co, 1869.

BARRETTO, Margaritta. **Turismo y Cultura**: relaciones, contradicciones y expectativas. España: ACA y PASOS, 2007.

CALVINO, Ítalo. **As cidades invisíveis**. São Paulo: Cia. das Letras, 1990.

CAMPOS, Luciene Jung de. O museu é o mundo: intervenção na cidade e estranhamento do cotidiano nos fluxos urbanos. **Revista Rosa dos Ventos**, Caxias do Sul, n. 4(IV), p.599-608, out-dez, 2012.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. 4.ed. São Paulo: EDUSP, 2003.

GASTAL, Susana de Araújo. Turismo e Cultura: por uma relação sem diletantismos. *In*: Idem. **Turismo**: 9 propostas para um saber-fazer. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

GASTAL, Susana de Araújo; MOESCH, Marutschka. **Turismo, políticas públicas e cidadania**. São Paulo: Aleph, 2007.

HALL, Stuart. **Representation**: Cultural representations and signifying practices. London: Sage/Open University, 1997.

HERNÁNDEZ, Celia Guzman; MENDOZA, Martha Garduño; VILLARREAL, Lilia Zizumbo. Reflexión crítica sobre el consumo turístico. *In*: **Estudios y Perspectivas en Turismo**. UAEM: México, v. 18, 2009, p. 691-706.

MATOS, Olgária Chain Féres. Indústria cultural e imaginação estética. *In*: **Escola de Frankfurt**: inquietudes da razão e da emoção. Org. SOARES, Jorge Coelho. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2010, p. 25-35.

YIN, Robert K.. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.