



UNIVERSIDADE SALVADOR – UNIFACS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL E URBANO
MESTRADO EM ANÁLISE REGIONAL

NATALIA SILVA COIMBRA DE SÁ

**CULTURA E TURISMO NA CONTEMPORANEIDADE:
AS FESTAS POPULARES RELIGIOSAS BAIANAS**

Salvador
2007

NATALIA SILVA COIMBRA DE SÁ

**CULTURA E TURISMO NA CONTEMPORANEIDADE:
AS FESTAS POPULARES RELIGIOSAS BAIANAS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional e Urbano, Mestrado em Análise Regional, Universidade Salvador, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Orientadora: Prof^a Dr^a Regina Celeste de Almeida Souza

Salvador
2007

FICHA CATALOGRÁFICA

(Elaborada pelo Sistema de Bibliotecas da Universidade Salvador - UNIFACS)

Sá, Natália Silva Coimbra de

Cultura e turismo na contemporaneidade: as festas populares religiosas baianas / Natália Silva Coimbra de Sá. – Salvador, 2007.
212 f.

Dissertação (mestrado) - Universidade Salvador – UNIFACS.
Mestrado em Análise Regional, 2007.

Orientador: Prof. Dr^a. Regina Celeste de Almeida Souza.

1. Cultura - Bahia. 2. Turismo - Bahia. 3. Festas populares – Bahia.
4. Festas religiosas – Bahia. 5. Política cultural. I. Souza, Regina
Celeste de Almeida, orient. II. Título.

CDD: 338.4791

TERMO DE APROVAÇÃO

NATALIA SILVA COIMBRA DE SÁ

CULTURA E TURISMO NA CONTEMPORANEIDADE:
AS FESTAS POPULARES RELIGIOSAS BAIANAS

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em
Análise Regional, Universidade Salvador – UNIFACS, pela seguinte banca
examinadora:

Regina Celeste de Almeida Souza – Orientadora _____
Doutora em Geografia - Université de Rouen (UR) - França
Universidade Salvador - UNIFACS

Jorge Antonio Santos Silva _____
Doutor em Ciências da Comunicação - Universidade de São Paulo (USP) - Brasil
Universidade Salvador - UNIFACS

Paulo César Miguez de Oliveira _____
Doutor em Comunicação e Culturas Contemporâneas - Universidade Federal da
Bahia (UFBA) - Brasil
Universidade Federal da Bahia - UFBA

Salvador, 14 de fevereiro de 2007

À minha maravilhosa família, pelo amor e apoio.
À amiga Debora Safira, companheira de jornada.

AGRADECIMENTOS

Durante esta jornada foram muitas as pessoas e instituições imprescindíveis para a realização da dissertação que agora apresento. Por este motivo, gostaria de agradecer especialmente a algumas.

Em primeiro lugar, à minha orientadora, Profa. Dra. Regina Celeste de Almeida Souza, professora, mestre e amiga desde os tempos de graduação, por ter me inspirado e estimulado a seguir o fascinante caminho da pesquisa científica; pelo seu exemplo de dedicação e seriedade; e pelas críticas e sugestões sempre precisas.

Ao Prof. Dr. Alcides dos Santos Caldas, coordenador do Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional e Urbano da Universidade Salvador – UNIFACS e aos demais professores do PPDRU, pelos importantes ensinamentos.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES pelo financiamento da pesquisa.

Ao Prof. Dr. Jorge Antonio Santos Silva e ao Prof. Dr. Paulo César Miguez, por terem aceitado participar da minha banca e terem contribuído com importantes comentários e sugestões para a melhoria do trabalho final.

Aos amigos bolsistas do PPDRU, Debora Safira, Teresinha Perin, Raphael Cloux e José Gileá, por terem compartilhado comigo diariamente os momentos de angústia e incerteza, assim como os de alegria e produção.

Às amigas secretárias do PPDRU, Márcia Stradmann, Danila Siena, Regina Rocha e Márcia Mattos, por toda a ajuda, companheirismo, apoio e sorrisos, mesmo quando estavam atarefadas.

A todos os colegas de mestrado das turmas de 2004, 2005 e 2006 com quem tive o enorme prazer de conviver e trocar experiências. Meu agradecimento especial a Maria Cândida Mousinho, Jaci Lara Oliveira, Luciana Guttman, Taiz Alfaya, Rejane Mira, Nara Polino, Sueli Leon, Vivian Brito e Lúcia Góes, por sempre compartilharem comigo suas visões sobre a atividade do turismo.

À profa. Dra. Lúcia Aquino de Queiroz, Coordenadora do Curso de Turismo da UNIFACS, pela inspiração desde os tempos de graduação.

A Veralúcia, Iama, Dilma, Susana e Larissa, bolsistas de Iniciação Científica do Curso de Turismo da UNIFACS, pela parceria nas pesquisas realizadas no Recôncavo.

Por fim, mas não menos importante, às queridas pessoas do meu convívio pessoal, por suportar algumas ausências em momentos importantes e conversas intermináveis sobre um assunto que imagino tão desinteressante aos seus olhos.

Ao meu esposo Carlos Eduardo, pelo amor, apoio e compreensão em todos esses momentos.

Aos meus pais e irmão, por estarem sempre ao meu lado, torcendo por mim.

Aos meus amigos e amigas, que esperam ansiosamente o fim desta etapa para podermos comemorar.

A todas estas pessoas e outras que participaram de alguma forma desta jornada e a quem posso ter falhado em agradecer diretamente, deixo o meu muito obrigada e dedico o resultado do trabalho.

Encontrei hoje em ruas, separadamente, dois amigos meus que se haviam zangado um com o outro. Cada um me contou a narrativa de por que se haviam zangado. Cada um me disse a verdade. Cada um me contou as suas razões. Ambos tinham razão. Não era que um via uma coisa e outro outra, ou que um via um lado das coisas e outro um outro lado diferente. Não: cada um via as coisas exatamente como se haviam passado, cada um as via com um critério idêntico ao do outro, mas cada um via uma coisa diferente, e cada um, portanto, tinha razão. Fiquei confuso desta dupla existência da verdade

Fernando Pessoa
(*apud* Roberto DaMatta, 1997)

RESUMO

A presente dissertação analisa de que forma a cultura é utilizada para a construção e promoção do produto turístico baiano e o papel que as festas populares religiosas desempenham neste processo. A análise é feita através do estudo de dois documentos oficiais do Órgão Oficial de Cultura e Turismo do Estado – Secretaria da Cultura e Turismo/SCT (1991-2006) – publicados em 2005, sendo um dedicado às políticas públicas culturais e o outro dedicado às políticas públicas turísticas. A análise do ponto de vista universal é contextualizada em relação às discussões sobre globalização, novas territorialidades e pós-modernidade, ao mesmo tempo em que é destacado o papel desempenhado pelos processos culturais e fenômenos turísticos para as sociedades atuais, tanto no nível nacional quanto mundial, assim como seu caráter sociocultural e econômico. Ao mesmo tempo são apresentados e discutidos alguns dos principais conceitos que são utilizados pelo discurso do turismo de motivação cultural, a partir da contribuição dos Estudos Culturais. No que se refere aos aspectos particulares, são analisadas algumas teorias sobre as festas e a forma como elas são permeadas pelas questões referentes ao popular, sagrado e profano. A singularidade, foco do objeto de estudo desta dissertação, se ocupa das festas populares religiosas baianas e de que forma estas, juntamente com o sincretismo (que é um de seus elementos constitutivos) possuem tanta importância para o discurso da baianidade, uma das ferramentas de planejamento e promoção turística do Estado. Desta forma, o que se tenta demonstrar é que as festas populares religiosas, além de serem um importante atrativo turístico para o produto Bahia, também são base para uma poderosa construção simbólica que está por trás das estratégias oficiais do turismo.

Palavras-chave: Bahia; turismo; cultura; festas; políticas públicas.

ABSTRACT

This dissertation analyzes the way that culture is used to elaborate and promote Bahia touristy product and the role that the religious popular festivals play in this process. The analysis is made through the study of two official documents published in 2005 by the Secretaria da Cultura e Turismo – SCT, the main official institution for culture and tourism in the state of Bahia between 1991 and 2006. One of the documents is dedicated to the cultural public policies and the other to the tourism public policies. From the universal point of view, the analysis is made based on the context of globalization, new territorialities and post-modernism. At the same time it is highlighted the role that the cultural process and the touristy phenomenon play in the contemporary societies both in the national and global level, and their importance as social, cultural and economic activities. At the same time, it is presented and discussed some of the main concepts that the cultural motivated tourism´ speech uses with the contribution of the Cultural Studies. In the particular aspects, it is analyzed some of the theories about festivals and the way that they are related to the popular, sacred and secular issues. The singular aspect of the analysis, that is the main object of this dissertation, is related to the religious popular festivals in Bahia and how those, along with the syncretism (which is one of its constitution elements), have such importance to the “baianidade” speech, one of the most powerful tools of touristy planning and marketing in the state. What this dissertation tries to demonstrate is that the religious popular festivals in Bahia, besides the fact that they are an important touristy product are also an important constitutive element of a powerful symbolic construct that sets the base to the official tourism strategies.

Keywords: Bahia; tourism; culture; festivals; public policies.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Lavagem do Bonfim: Igreja	110
Figura 2	Lavagem do Bonfim: Baianas	110
Figura 3	Festa de Iemanjá	110
Figura 4	Estrutura do problema de pesquisa: Festas Populares Religiosas Baianas, do singular ao universal, através do discurso dos Órgãos Oficiais de Cultura e Turismo	161

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Documento Século XXI: Desafios da Cultura: idéias-chave	193
Quadro 2	Documento Século XXI: Consolidação do Turismo: idéias-chave	194

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AD	Análise do Discurso
APEB	Arquivo Público do Estado da Bahia
BAHIATURSA	Empresa de Turismo da Bahia S/A
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
CAB	Convênio Andrés Bello
CCCS	Centre for Contemporary Cultural Studies
CDFB	Campanha de Defesa do Folclore Brasileiro
CEC	Conselho Estadual de Cultura
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CRM	Customer Relationship Management
CULT	Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura
DAC	Departamento de Assuntos Culturais
DMT	Diretoria Municipal de Turismo
DTDP	Departamento de Turismo e Diversões Públicas
EC	Estudos Culturais
EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo
EMTURSA	Empresa de Turismo S/A
FPC	Fundação Pedro Calmon
Funarte	Fundação Nacional da Arte
FUNCEB	Fundação Cultural do Estado da Bahia
IPAC	Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IRDEB	Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia
MEC	Ministério de Educação e Cultura
MinC	Ministério da Cultura
MinTur	Ministério do Turismo
OEA	Organização dos Estados Americanos
OEI	Organização dos Estados Ibero-Americanos
OMT	Organização Mundial do Turismo
OSCIP	Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
PAC	Programa de Ação Cultural
PCH	Programa de Reconstrução de Cidades Históricas
PFL	Partido da Frente Liberal
PIB	Produto Interno Bruto
PRODETUR	Programa de Desenvolvimento Turístico
PT	Partido dos Trabalhadores
SCT	Secretaria da Cultura e Turismo
SEAC	Secretaria de Assuntos Culturais
SEC	Secretaria de Cultura do Estado
SEPLAN	Secretaria do Planejamento
SPHAN	Secretaria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
SUDECULT	Superintendência de Cultura
SUDETUR	Superintendência de Desenvolvimento do Turismo
SUINVEST	Superintendência de Investimentos em Pólos Turísticos
TCA	Teatro Castro Alves
UFBA	Universidade Federal da Bahia
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
ZT	Zona Turística

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	15
2.	A CULTURA E O TURISMO NO CONTEXTO ATUAL	21
2.1.	AS DISCUSSÕES CONTEMPORÂNEAS	21
2.1.1.	A Globalização e os territórios	21
2.1.2.	A Pós-modernidade	37
2.2.	A CULTURA	42
2.2.1.	Os Estudos Culturais	42
2.2.2.	A cultura regional	52
2.3.	O TURISMO	60
2.3.1.	O Turismo Cultural	66
2.3.2.	O Turismo Religioso	73
2.3.3.	O Turismo Étnico	76
3.	AS FESTAS	81
3.1.	BREVE INTRODUÇÃO À TEORIA DA FESTA	81
3.2.	O POPULAR, O SAGRADO E O PROFANO	88
3.3.	SINCRETISMO E BAIANIDADE NA TERRA DA FELICIDADE	103
3.3.1.	O que é o sincretismo?	104
3.3.2.	E a tal baianidade?	112
3.3.3.	Festas e turismo na Bahia	118
4.	ANÁLISE DO DISCURSO DA CULTURA E DO TURISMO	133
4.1.	AS BASES: BREVE HISTÓRICO DAS POLÍTICAS CULTURAIS E SUA INTERSEÇÃO COM O TURISMO	133
4.2.	A METODOLOGIA: ANÁLISE DO DISCURSO	153
4.2.1.	O que é a Análise do Discurso?	153
4.2.2.	A Análise do Discurso no turismo	157

4.3.	O DOCUMENTO DA CULTURA	162
4.4.	O DOCUMENTO DO TURISMO	174
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	195
	REFERÊNCIAS	205

1. INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade econômica que movimentada grandes somas de dinheiro na sociedade atual. Ao mesmo tempo, trata-se de um fenômeno sociocultural que existe desde os primórdios da civilização. Uma dimensão não pode ser pensada de forma isolada da outra. Juntamente com a crescente preocupação com as consequências da globalização, muito se tem discutido a respeito da expansão e desenvolvimento do turismo por todo o planeta. Discursos enérgicos e muitas vezes exagerados são feitos contra ou a favor. Uns defendem o turismo como uma fonte milagrosa para a geração de emprego e renda e distribuição da riqueza. Outros o criticam como o grande vilão que passa como um rolo compressor por todos os cantos do mundo, desde metrópoles até vilas remotas, destruindo em seu caminho cultura e natureza locais.

Muito se tem discutido a respeito da forma como o turismo se apropria da cultura (a exemplo do que ocorre com o meio ambiente) como uma de suas matérias-primas e acaba por considerá-la apenas como um diferencial, algo que agrega valor aos destinos turísticos, ignorando seus complexos e dinâmicos processos de transformação e resignificação. A atividade turística então, desejaria sempre manter a tradição, a autenticidade, o típico, como algo permanente para constituir uma marca de destino forte, diferenciada e competitiva no mercado global. Assim, passaria a buscar impedir a evolução natural da cultura, teatralizando-a, espetacularizando-a, para divertimento dos turistas.

No entanto, esse cenário não é de simples compreensão. E essas discussões podem (e devem) ser inseridas nas discussões mais amplas a respeito das rápidas transformações pelas quais tanto a economia quanto a sociedade – e aí se inserem o turismo e a cultura – estão passando na contemporaneidade. Fluxos financeiros de pessoas e de informações, compressão do tempo e espaço, constituição de redes mundiais, evolução e barateamento dos transportes e comunicações, identidades múltiplas, fragmentadas, negociadas, híbridas, possibilidades de socialização inimagináveis de um lado e fundamentalismos do outro, entre outras discussões não podem ser deixadas de lado, pois é este contexto que o turismo e a cultura também ajudam a construir e ao mesmo tempo sofrem sua influência nas suas próprias configurações.

Dessa forma, buscando compreender de que forma a cultura é utilizada pelo turismo e, procurando analisar mais especificamente qual o papel desempenhado pelas festas populares religiosas neste processo é que surgiu a idéia para o projeto de pesquisa que fundamentou esta dissertação.

O tema da presente dissertação é o uso turístico da cultura e o papel das festas populares religiosas através da análise do discurso baiano refletido em suas políticas públicas de cultura e turismo. Este está inserido na área de concentração Turismo e Meio Ambiente do Mestrado em Análise Regional, vinculado ao Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional e Urbano da Universidade Salvador, dentro da linha de pesquisa Políticas Públicas para o Turismo.

O problema que se busca elucidar é de que forma os Órgãos Oficiais de Turismo do Estado, que estão vinculados à Secretaria da Cultura e Turismo, sendo esta seu representante maior, se apropriam da cultura para promover a atividade na Bahia, especificamente no caso das festas populares religiosas.

O objetivo é analisar de que forma se dá esta relação de apropriação ou de diálogo, entre cultura e turismo, primeiramente no plano teórico para depois chegar às instâncias dos órgãos públicos, especificamente no Estado da Bahia. E então, analisar de que forma as festas populares religiosas estão inseridas neste processo.

Partiu-se do pressuposto que a cultura baiana, e a identidade daí decorrente, é representada de uma forma genérica, no senso comum, na mídia (jornais, televisão, revistas, etc.), no meio artístico (música, literatura, cinema, etc.) como possuidora de alguns traços estereotipados que estão unidos em um conceito que é bastante discutido atualmente: o de baianidade. Este conceito é bastante complexo e polêmico, mas é normalmente associado a traços característicos do ser baiano como, por exemplo, alegria, hospitalidade, sincretismo, africanidade, religiosidade, festividade, entre muitos outros.

Esses traços relativos à baianidade também são fortemente associados às festas típicas baianas e aos aspectos peculiares das relações entre as religiões observados em Salvador e no Recôncavo Baiano, notadamente, entre a Igreja Católica e o Candomblé e que se destacam nos momentos em que acontecem as festas populares, também denominadas festas de largo, no período do verão – estação turística – e quando há, pela proximidade com o carnaval, um interesse maior da mídia e da população brasileira em geral pelo que ocorre na Bahia.

O estudo foi desenvolvido basicamente através de pesquisa bibliográfica em livros, teses, dissertações e monografias. Além disso, foram consultados alguns relatórios de Pesquisas de Turismo Receptivo realizadas pela Empresa de Turismo da Bahia S/A - BAHIATURSA, a exemplo da Festa da Boa Morte (no município de Cachoeira) e da Procissão de Bom Jesus da Lapa (no município de mesmo nome), dentre outros, para detectar o tipo de acompanhamento dos fluxos turísticos que estão sendo realizados nesses destinos. Vale ressaltar que esses trabalhos são ainda muito embrionários e de caráter pouco sistemático. Também foram consultados e gravados todos os arquivos e informações disponíveis no ano de 2006 até o mês de outubro nos *websites* da Secretaria da Cultura e Turismo – SCT e das instituições vinculadas à sua estrutura. Ainda foram consultados registros audiovisuais (reportagens e documentários) e realizadas pesquisas de campo para observação de algumas festas populares religiosas, a exemplo da Festa da Boa Morte, da Festa de Iemanjá e da Festa de Nosso Senhor do Bonfim em dois anos consecutivos (2005 e 2006), porém não seguindo nenhum procedimento sistemático de coleta de dados, apenas observação e registro fotográfico. Todos esses procedimentos serviram de embasamento para a construção das reflexões aqui presentes.

O método de abordagem utilizado na pesquisa foi o indutivo, pois,

Indução é um processo mental por intermédio do qual, partindo de dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou universal, não contida nas partes examinadas. Portanto, o objetivo dos argumentos indutivos é levar a conclusões cujo conteúdo é muito mais amplo do que o das premissas nas quais se basearam (LAKATOS e MARCONI 2003, p. 86)

Este método se provou útil, pois no decorrer da pesquisa foi possível observar que o que ocorre no caso da Bahia e de suas políticas públicas de cultura e turismo não se trata de um caso particular, mas sim de uma tendência que se repete em nível nacional e mundial devido à conjuntura sociocultural e econômica na qual todas as sociedades estão inseridas na atualidade. As discussões que são travadas no nível local podem ser extrapoladas para níveis mais abrangentes verificando a repetição dos fenômenos e processos, conforme pode ser observado na literatura mundial e nos debates ocorridos em fóruns, seminários e outros tipos de eventos científicos.

O método de procedimento utilizado foi o Histórico, uma vez que,

Partindo do princípio de que as atuais formas de vida social, as instituições e os costumes têm origem no passado, é importante pesquisar suas raízes, para compreender sua natureza e função. Assim, o método histórico consiste em investigar acontecimentos, processos e instituições do passado para verificar sua influência na sociedade de hoje, pois as instituições alcançaram sua forma atual por meio de alterações de suas partes componentes, ao longo do tempo, influenciadas pelo contexto cultural particular de cada época. Seu estudo, para uma melhor compreensão do papel que atualmente desempenham na sociedade, deve remontar aos períodos de sua formação e de suas modificações (LAKATOS E MARCONI, 2003, p. 106).

A cultura está em constante transformação no decorrer da história, e isso é muito importante de ser observado em relação às festas populares religiosas, pois, quando se compreende o que ocorre em outros momentos históricos é possível acabar com os discursos fatalistas, ao perceber que muitas das questões que são discutidas atualmente já o eram no passado, apenas suas formas de inserção nos novos contextos é que precisam ser compreendidos, assim como seus novos mecanismos de transformação e ressignificação, como é o caso da relação da cultura de forma tão integrada à esfera econômica e ao turismo.

A pesquisa tem caráter qualitativo onde o pesquisador se constituiu no instrumento principal. Como explica Bogdan e Biklen (1994) trata-se de uma pesquisa descritiva, em que os investigadores, interessando-se mais pelo processo do que pelos resultados, examinam os dados de maneira indutiva e privilegiam o significado. E seu caráter é exploratório, que, de acordo com Boaventura (2004),

Visa proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou construir hipóteses. De modo geral, utilizam levantamento bibliográfico; entrevista com pessoas que tiveram participação com o problema pesquisado; e análise de exemplos que estimulem a compreensão (BOAVENTURA, 2004, p. 57).

No caso específico deste estudo, preferiu-se substituir a realização de entrevistas pela análise do discurso presente em documentos oficiais. Esta decisão foi tomada devido ao momento em que seriam realizadas as entrevistas coincidirem com o período eleitoral que tornou o acesso às fontes complicado, ainda mais depois do resultado da eleição, quando o grupo que estava no poder político do Estado há 16 anos, o Partido da Frente Liberal – PFL e que foi o responsável pela criação da Secretaria da Cultura e Turismo – SCT e toda a estrutura governamental

de cultura e turismo que estava sendo analisada, acabou sendo derrotado nas urnas pela oposição, representada pelo Partido dos Trabalhadores – PT.

Após esse acontecimento, foi decidido que, para evitar um comprometimento do discurso e para driblar as dificuldades de acesso às pessoas mais adequadas para responderem às entrevistas, seria mais interessante analisar dois documentos oficiais – um da área de cultura e outro da área de turismo – publicados pela SCT em 2005, e foi isso o que determinou a seleção das fontes de análise.

No que se refere à sua estrutura, esta dissertação é composta de cinco partes. O Capítulo 1 é a presente introdução que apresenta uma breve contextualização do tema, justifica-o, traz seu problema, questão norteadora, objetivos e descreve os procedimentos metodológicos e apresenta a estrutura da própria dissertação.

O Capítulo 2 discorre sobre a cultura e o turismo no contexto atual. São apresentados os referenciais teóricos e as discussões a respeito de como os aspectos culturais perpassam não apenas seu próprio campo de organização, mas também o econômico, o social, o político e o geográfico.

Na primeira parte do capítulo, o contexto geral é dado pelas discussões a respeito da globalização da economia, das novas territorialidades e das discussões pós-modernas na contemporaneidade para apresentar um cenário amplo de sua importância.

Na segunda parte do mesmo, são apresentadas as discussões principais que se referem aos processos culturais nas sociedades contemporâneas e que têm ocorrido com bastante profundidade nos Estudos Culturais. Muitos dos temas dos quais o discurso do turismo tem se apropriado, tanto na universidade quanto no planejamento da atividade, são objeto de estudo dessa área e então será apresentada uma convergência entre eles. Em seguida, explica-se o que se compreende por cultura regional, a partir do que foi discutido no capítulo.

Na terceira parte, se discute a relação entre turismo e cultura. Primeiramente, é apresentado o turismo e seus diversos aspectos constitutivos: econômico, social e cultural, para sua compreensão não apenas como uma atividade econômica, mas como fenômeno complexo que é. Então, são apresentadas as três formas principais com que o turismo se apropria da cultura atualmente: o turismo

cultural, o turismo religioso e, uma nova forma que vem ganhando destaque, o turismo étnico.

O Capítulo 3 traz o referencial teórico sobre as festas. Na primeira seção se faz uma breve introdução à teoria da festa. No segundo momento são discutidos os conceitos de popular, sagrado e profano desde a Idade Média, passando pela Idade Moderna no contexto europeu e em seguida chegando à Contemporaneidade no contexto latino-americano e brasileiro. Posteriormente, são apresentadas as discussões sobre sincretismo e baianidade, fundamentais para a compreensão da imagem turística da Bahia, sempre associada às festas. Para finalizar, discute-se o papel das festas para o turismo no Estado.

O Capítulo 4 consiste na Análise do Discurso da Cultura e do Turismo na Bahia. Na primeira seção se apresenta um breve histórico das políticas culturais e sua interseção com o turismo, para fornecer as bases para este estudo. Em seguida se discorre sobre a teoria da Análise do Discurso, a ferramenta metodológica utilizada para a análise proposta nesta dissertação e a forma como ela pode ser aplicada no estudo do turismo. Para finalizar são analisados dois documentos oficiais da SCT, um sobre as políticas públicas culturais e o outro sobre as políticas públicas de turismo, buscando detectar, através da Análise do Discurso, os elementos que estão relacionados à forma como a cultura é utilizada como produto ou diferencial para o produto turístico baiano.

O quinto e último capítulo consiste nas considerações finais que, na verdade, deixam mais espaços para questionamentos do que respondem de forma objetiva ao problema levantado, no entanto fornecem algumas pistas para futuras investigações.

2. A CULTURA E O TURISMO NO CONTEXTO ATUAL

2.1. AS DISCUSSÕES CONTEMPORÂNEAS

2.1.1. A globalização e os territórios

De acordo com Ianni (2002) pode-se dizer que a partir da Segunda Guerra Mundial começou a desenvolver-se um amplo processo de mundialização de relações, processos e estruturas de dominação e apropriação, antagonismo e integração. E que, no decorrer dos anos seguintes, de forma progressiva, todas as esferas da vida social, coletiva e individual são alcançadas pelos problemas e dilemas da globalização.

Para Harvey (2002, p. 119), o período de expansão do pós-guerra (1945-1973) teve como base “um conjunto de práticas de controle do trabalho, tecnologias, hábitos de consumo e configurações de poder político-econômico” que é chamado de fordista-keynesiano. No entanto, o colapso desse sistema a partir de 1973 iniciou um período de rápida mudança, fluidez e de incerteza. É neste período que o autor sinaliza o surgimento da economia capitalista de caráter global e acumulação flexível como conhecemos hoje e as configurações culturais que costumam ser associadas ao pós-modernismo ou contemporaneidade.

Segundo Geiger (2002), ao tratar das forças transformadoras do mapa político, pode-se apontar para os seus formatos mais recentes: o chamado capitalismo flexível, substituto do capitalismo fordista, e seu papel na globalização da economia; a nova revolução tecnológica, suporte das transições econômicas, através da qual se produz o meio técnico-científico, e que tem na Segunda Grande Guerra um marco inicial; os novos desenvolvimentos científicos, associados à alta tecnologia, e que vêm afetando o pensamento filosófico, cultural e político; as novas manifestações político-culturais, que dão margem, por um lado, a diversos “fundamentalismos”, e, por outro, aos “pluralismos” e ao que se denomina pós-modernismo, sendo que todos esses movimentos possuem uma repercussão ideológica e política.

Castells (2005) também chama a atenção para o fato de que uma nova forma de economia surgiu em escala global no último quartel do século XX. Ele a

denomina de informacional, global e em rede para identificar suas características fundamentais e diferenciadas e enfatizar sua interligação. Essa interligação entre estes aspectos é considerada fundamental para compreender o contexto atual das discussões sobre a cultura e sua utilização como produto pelo turismo.

Para Ianni (2002), podem-se distinguir pelo menos três formas, épocas ou ciclos de grande envergadura na história do capitalismo que apesar de terem suas peculiaridades, convivem e se mesclam. Em alguns casos estas formas coexistem e confundem-se, em outros se distinguem com maior nitidez e parecem se suceder, sendo que cada forma predomina em uma determinada época.

No primeiro momento, o modo capitalista de produção organiza-se em moldes nacionais. No segundo, o capitalismo organizado em bases nacionais transborda fronteiras, mares e oceanos. Já no terceiro, o capitalismo atinge uma escala propriamente global (IANNI, 2002). É deste terceiro momento, o estágio atual do capitalismo, que esta contextualização irá se ocupar.

De acordo com Ianni (2002) o capitalismo desenvolve-se no decorrer do século XX como um modo de produção material e espiritual de caráter simultaneamente nacional e internacional. Para o autor, essa tendência que é inerente ao modo de produção desde os seus primórdios, passa a revelar-se bastante acentuada ao longo da época contemporânea. E, apesar das oscilações cíclicas, crises e contradições, o capitalismo está constantemente se generalizando e recriando. Este modo de produção “compreende relações, processos e estruturas regionais, nacionais e mundiais, envolvendo indivíduos e coletividades, grupos e classes sociais, etnias e minorias, nações e continentes” (IANNI, 2002, p. 53).

Para Ortiz (1998) a globalização é um fenômeno emergente, um processo em construção. Ele concorda que não se trata de um tema novo se é entendida por globalização da tecnologia e da economia a internacionalização das trocas, de produtos e de conhecimento, ou a multinacionalização de empresas nacionais que operam em escala internacional. Para este autor, o conceito de globalização tal como se observa atualmente, se aplica “à produção, distribuição e consumo de bens e serviços, organizados a partir de uma estratégia mundial, e voltada para um mercado mundial” (ORTIZ, 1998, p. 16).

Ao tratar das metáforas da globalização, Ianni (1998) afirma que com o discurso de que o planeta se mundializou, o globo deixou de ser uma figura astronômica para adquirir mais plenamente sua significação histórica. “Daí nascem a

surpresa, o encantamento e o susto. Daí a impressão de que se romperam modos de ser, sentir, agir, pensar e fabular” (IANNI, 1998, p. 14).

Nesse clima, a reflexão e a imaginação não só caminham de par em par como multiplicam metáforas, imagens, figuras, parábolas e alegorias, destinadas a dar conta do que está acontecendo, das realidades não codificadas, das surpresas inimaginadas (IANNI, 1998, p. 15).

Para o autor a sociedade mundial pode ser vista como um sistema social complexo, “no âmbito do qual encontram-se outros sistemas mais ou menos simples e complexos, tanto autônomos e relativamente autônomos como subordinados, ou subsistemas” (IANNI, 1998, p. 60). Nessa teoria está inserida também a discussão a respeito da inter-relação entre o local e o global, que será apresentada posteriormente, e que é de fundamental importância para a compreensão do problema aqui apresentado.

Uma outra teoria relacionada à globalização é a que se refere à ocidentalização do mundo. Desde que a civilização ocidental passou a predominar nos quatro cantos do mundo do ponto de vista econômico e político, a idéia de modernização passou a ser o emblema do desenvolvimento, crescimento, evolução ou progresso. Dessa forma, as mais diversas formas de sociedade passaram a ser influenciadas ou desafiadas pelos padrões e valores socioculturais característicos da ocidentalidade.

O termo “aldeia global” (originalmente utilizado por McLuhan) passou a ser tão difundido ao referir-se à globalização que passou a denominar uma teoria que representa “o momento quando o sistema social mundial se põe em movimento e se moderniza, então o mundo começa a parecer uma espécie de aldeia global” (IANNI, 1998, p. 93). A noção de aldeia global é uma expressão da globalidade das idéias, padrões, valores socioculturais e imaginários que se difundem por todo o planeta “em decorrência das tecnologias oriundas da eletrônica e da informática, [sendo que] os meios de comunicação adquirem maiores recursos, mais dinamismos, alcances muito mais distantes” (IANNI, 1998, p. 94). Para o autor, essa idéia pode ser vista como uma teoria da cultura mundial, “entendida como cultura de massa, mercado e bens culturais, universo de signos e símbolos, linguagens e significados que povoam o modo pelo qual uns e outros situam-se no mundo, ou pensam, imaginam, sentem e agem” (IANNI, 1998, p. 94).

A globalização tem uma característica dialética. Ianni (1998) defende que desde o princípio, o capitalismo revela-se como um modo de produção internacional e um processo de amplas proporções que, ultrapassando fronteiras geográficas, históricas, culturais e sociais, influenciou decisivamente os desenhos dos mapas do mundo. Para ele, isso ocorre porque o capitalismo é um processo de amplas proporções, complexo e contraditório. No entanto, o mundo continua povoado de múltiplas e distintas formas culturais, línguas, religiões, tradições e visões de mundo, ao lado das mais diferentes formas de vida e de trabalho. É importante compreender que:

Na medida em que se desenvolve, o capitalismo tanto revoluciona as outras formas de organização social e técnica do trabalho e da produção com as quais entra em contato, como transforma reiteradamente as formas de organização social e técnica do trabalho e da produção já existentes em moldes capitalistas (IANNI, 1998, p. 142).

A compreensão das diversas teorias da globalização sistematizadas por Ianni (1998) oferece subsídios para a compreensão de distintos aspectos da sociedade global em formação. Isso é fundamental, pois as discussões atuais em todos os campos da economia, cultura e sociedade levam em consideração o fato de que o mundo transformou-se em território de todo o mundo, onde tudo se desterritorializa e reterritorializa.

A formação da sociedade global reabre a problemática da modernidade em suas implicações filosóficas, científicas e artísticas. No âmbito da globalização de coisas, gentes e idéias, modificam-se os quadros sociais e mentais de referência. Tudo que é evidentemente local, nacional e regional revela-se também global. As relações, os processos e as estruturas característicos da globalização incutem em praticamente todas as realidades preexistentes novos significados, outras conotações. [...] Na medida em que se dá a globalização do capitalismo, como modo de produção e processo civilizatório, desenvolve-se simultaneamente a sociedade global, uma espécie de sociedade civil global em que se constituem as condições e as possibilidades de contratos sociais, formas de cidadania e estruturas de poder de alcance global. Nessa mesma medida, desenvolvem-se as relações e processos característicos da globalização, formam-se as estruturas do poder econômico e político também característicos da globalização (IANNI, 1998, p. 163-164).

Cada vez mais parece não haver qualquer possibilidade de desenvolvimento econômico-social, político e cultural autônomo, nacional, independente, soberano. Para Ianni (2002) a reprodução ampliada do capital, compreendendo a concentração e a centralização, o desenvolvimento das forças

produtivas e das relações de produção em escala mundial tudo isso faz com que qualquer projeto nacional somente possa ser proposto e realizado a partir do patamar estabelecido por uma economia política de âmbito mundial. Tudo isso aliado às tecnologias de informação e comunicação, pode-se dizer que:

Hoje passamos da produção de artigos empacotados para o empacotamento de informações. Antigamente invadíamos os mercados estrangeiros com mercadorias. Hoje invadimos culturas inteiras com pacotes de informações, entretenimentos e idéias. (MCLUHAN, 1973 *apud* IANNI, 2002, p. 47).

A fase atual do capitalismo, aqui chamada de globalização, e que apresenta diversas das características já citadas, assim como tantas outras, está longe de ser um conceito único e universalmente aceito. E isso se deve à sua complexidade e suas próprias contradições estruturais.

[...] o capitalismo tanto produz a interdependência mundial como produz e reproduz contradições localizadas e gerais, nacionais e globais. Simultaneamente às forças que operam no sentido da cooperação, divisão do trabalho social, interdependência, integração e cumplicidade, operam as forças divergentes, fragmentárias e contraditórias. A rigor, são as mesmas forças que carregam consigo estas e outras tendências e possibilidades, de tal maneira que o capitalismo se move, organiza, funciona, modifica e transfigura precisamente pela sua atuação. É como se o capitalismo carregasse consigo, todo o tempo, tensões sincrônicas e diacrônicas, centrífugas e centrípetas, recorrentes e cíclicas, estruturais e históricas, dramáticas e épicas (IANNI, 2002, p. 67).

E essas contradições não são exclusivas do momento atual, da globalização, mas sim do próprio capitalismo e da forma como os aspectos econômicos estão inter-relacionados com os aspectos sociais, ambientais e culturais.

Milton Santos (2000) chama a atenção de que devemos considerar a existência de pelo menos três mundos num só. “O primeiro seria o mundo tal como nos fazem vê-lo: a globalização como fábula; o segundo seria o mundo tal como ele é: a globalização como perversidade; e o terceiro, o mundo como ele pode ser: uma outra globalização” (SANTOS, 2000, p. 18).

Para este autor, a globalização como fábula, é aquela que mostra apenas os aspectos positivos e extraordinários de viver em um mundo sem fronteiras de nenhum tipo.

A máquina ideológica que sustenta as ações preponderantes da atualidade é feita de peças que se alimentam mutuamente e põem em movimento os elementos essenciais à continuidade do sistema. [...] Fala-se, por exemplo, em aldeia global para fazer crer que a difusão instantânea de notícias realmente informa as pessoas. A partir desse mito e do encurtamento das distâncias – para aqueles que realmente podem viajar – também se difunde a noção de tempo e espaço contraídos. É como se o mundo se houvesse tornado, para todos, ao alcance da mão. Um mercado avassalador dito global é apresentado como capaz de homogeneizar o planeta quando, na verdade, as diferenças locais são aprofundadas. (SANTOS, 2000, p. 18-19).

Enquanto isso, o autor defende que o que se observa na realidade é a globalização como perversidade, destacando alguns de seus aspectos de exclusão e desigualdade. Para ele, a tirania do dinheiro e da informação são os pilares da produção da história atual do capitalismo globalizado.

Por outro lado, uma outra globalização é possível. Para Santos (2000) as bases materiais do período atual são, entre outras, a unicidade da técnica, a convergência dos momentos e o conhecimento do planeta. É nessas bases técnicas que o grande capital se apóia para construir a globalização perversa. No entanto, o autor defende que essas mesmas bases técnicas poderão servir a outros objetivos, se forem postas ao serviço de outros fundamentos sociais e políticos. Ele aponta de forma positiva para a enorme mistura de povos, raças, culturas, gostos, em todos os continentes e a isso acrescenta, graças aos progressos da informação, a “mistura” de filosofias. Um outro dado de nossa era, indicativo da possibilidade de mudanças, é a produção de uma população aglomerada em áreas cada vez menores, o que permite um ainda maior dinamismo àquela mistura entre pessoas e filosofias. “Trata-se da existência de uma verdadeira sociodiversidade, historicamente muito mais significativa que a própria biodiversidade” (SANTOS, 2000, p. 21).

Já Attali, citado por Milton Santos (2002, p. 15), ressalta que atualmente “vivemos plenamente a época dos signos, após haveremos vivido o tempo dos deuses, o tempo do corpo e o tempo das máquinas. Os símbolos baralham, porque tomam o lugar das coisas verdadeiras”.

Em relação à configuração do tempo e do espaço na atualidade, Santos traz à discussão a contribuição de que:

[...] todos os tempos são globais, mas não há um tempo mundial. [...] O espaço se globaliza, mas não é mundial como um todo senão como metáfora. Todos os lugares são mundiais mas não há um espaço mundial. Quem se globaliza, mesmo, são as pessoas e os lugares (SANTOS, 2002, p. 16).

Apesar de a presente dissertação defender que os aspectos econômicos, culturais e sociais estão interligados, utiliza-se a diferenciação, para fins de organização, presente em Ortiz (1998) de que o termo “global” refere-se a processos econômicos e tecnológicos e o termo “mundial” ao domínio da cultura. Portanto, fala-se em globalização da economia e mundialização da cultura.

Apesar disso, e considerando que com a globalização da economia e dos meios de comunicação e transportes e os avanços no campo tecnológico, a inter-relação e poder de influência entre nações, empresas e indivíduos das mais diversas partes do mundo torna-se inegável, discorda-se de uma visão de que esse processo, por si só, é capaz de homogeneizar as culturas e enfraquecê-las, o que poderia levar a uma cultura mundial, pasteurizada e não-autêntica. Concorde-se que

[...] o mundo é múltiplo, os modos de ser são diversos, as culturas expressam distintas formas de vida e trabalho, a história se revela um vasto painel no qual se desenha a pluralidade dos mundos. Isoladas e interligadas, interdependentes e tensas, simbióticas e antagônicas, as múltiplas sociedades e culturas, com os seus indivíduos, coletividades, tribos, clãs, grupos e classes revelam-se capazes de modificar-se e afirmar-se, enriquecer-se e revelar-se. São distintos modos de ser, enraizados em diferentes patrimônios sócio-culturais, nas diversas possibilidades da práxis¹ humana (IANNI, 2002, p. 63).

O que se tem observado, no entanto, é que no processo de ocidentalização, no que se refere à esfera cultural, em sentido amplo, há linhas e padrões culturais de alguns locais que se apresentam com mais força (por exemplo, parisienses, londrinos, norte-americanos, alemães, italianos, entre outros) e que os povos, grupos, nacionalidades ou sociedades não ocidentais, mais ou menos inseridos no processo global de ocidentalização, e que também possuem sua cultura, continuam a produzir culturalmente, devolvendo elementos culturais ocidentais com ingredientes locais, quando não lançam na sociedade mundial suas produções originais (IANNI, 2002).

Desta forma, além de ocorrer uma troca de elementos culturais que podem se influenciar mutuamente, enriquecendo todas as culturas individualmente, expressões artísticas e culturais que não encontravam facilmente formas de

¹ Práxis [Do grego *prâxis*, “ação”.] Substantivo feminino. 1. Atividade prática; ação, exercício, uso. 2. Filosofia. No marxismo, o conjunto das atividades humanas tendentes a criar as condições indispensáveis à existência da sociedade e, particularmente, à atividade material, à produção; prática (NOVO DICIONÁRIO, 2004).

divulgação fora de seu próprio território, são capazes de chegar a muitas partes do mundo, num processo de divulgação e não de enfraquecimento. O que parece ocorrer é que, justamente como uma resposta à uniformidade dos mercados, aquilo que é diferente e que se localiza precisamente na esfera cultural, passa a ser valorizado.

Na cultura da sociedade global, as religiões e seitas, as línguas e dialetos, os nacionalismos e as nacionalidades, as ideologias e as utopias ressurgem como se fossem erupções vulcânicas. Mas ressurgem diferentes, com outros significados, em outros horizontes. Primeiro, porque se debilitam ou mesmo se quebram estruturas nacionais, o que abre novas possibilidades e particularismos, regionalismos e singularidades. Segundo, porque as novas estruturas mundiais não foram ainda suficientemente codificadas, sedimentadas. Terceiro e último, rompem-se conceitos, universais que expressavam e articulavam significativamente modos de ser, pensar, imaginar. Em outras palavras, as ressurgências não são apenas de tradições, de configurações pretéritas, mas também a revelação de um novo todo, no qual as formações singulares adquirem outros significados. Com o declínio da sociedade nacional e a emergência da sociedade global, modificam-se as articulações e mediações nas quais se inserem as partes e o todo, as singularidades, particularidades e universalidades (IANNI, 2002, p. 77).

Para Ortiz (1998) é importante compreender a mundialização como um processo de totalidade. Segundo este autor, trata-se de um processo que se reproduz e se desfaz incessantemente (como toda sociedade) no contexto das disputas e das aspirações divididas pelos atores sociais. No entanto, ele se reveste de uma dimensão abrangente que engloba outras formas de organização social, por exemplo, comunidades, etnias, nações. A totalidade as penetra e redefine em suas especificidades. Para resumir, Ortiz (1998, p. 31) afirma que “uma cultura mundializada corresponde a uma civilização cuja territorialidade se globalizou. Isto não significa, porém, que o traço comum seja sinônimo de homogeneidade”.

Concorda-se com Ianni (2002) que, apesar dos processos avassaladores, que parecem destruir tudo, as formas sociais passadas e tradicionais permanecem e afirmam-se por dentro da sociedade global. Em alguma escala, todas se transformam, revelando originalidade, dinamismo, capacidade de intercâmbio. E a partir desta perspectiva, a formação da sociedade global pode ser vista como o horizonte no qual se revela a multiplicidade das formas de ser, viver, sentir, agir, pensar, sonhar e imaginar.

Ou, ainda, com Lévi-Strauss (1975 *apud* Ianni, 2002) quando afirma que a noção de civilização mundial é como uma espécie de conceito limite ou como uma

maneira abreviada de designar um processo complexo. Assim, não existe nem pode existir, uma civilização mundial no sentido absoluto. A civilização implica a “coexistência de culturas que oferecem entre si a máxima diversidade e consiste mesmo nessa coexistência. A civilização mundial só poderia ser coligação, à escala mundial, de culturas que preservassem cada uma a sua originalidade” (LÉVI-STRAUSS, 1975 *apud* IANNI, 2002, p. 79).

Ianni (2002) explica que cada forma sociocultural reafirma-se como sistema de valores sedimentado, as singularidades e originalidades são reafirmadas no âmbito dos intercâmbios e oposições, das permutas e reiteraões, continuidades e modificações. Por isso, o processo de globalização revela a pluralidade dos modos de ser dos diversos grupos no mundo.

Santos (2000) exemplifica de forma bastante clara sua forma de ver como se dá a relação entre a cultura global (que ele associa à cultura de massa) e as culturas locais (populares). Concorda-se com ele quando afirma que se pode observar “em toda parte, a presença e a influência de uma cultura de massas buscando homogeneizar e impor-se sobre a cultura popular; mas também, e paralelamente, as reações desta cultura popular” (SANTOS, 2000, p. 143). No entanto, ele prossegue explicando essa relação dialética presente no processo da chamada mundialização da cultura de forma reveladora:

Um primeiro movimento é resultado do empenho vertical unificador, homogeneizador, conduzido por um mercado cego, indiferente às heranças e às realidades atuais dos lugares e das sociedades. Sem dúvida, o mercado vai impondo, com maior ou menor força, aqui e ali, elementos mais ou menos maciços da cultura de massa, indispensável, como ela é, ao reino do mercado, e a expansão paralela das formas de globalização econômica, financeira, técnica e cultural. Essa conquista, mais ou menos eficaz segundo os lugares e as sociedades, jamais é completa, pois encontra a resistência da cultura preexistente. Constituem-se, assim, formas mistas sincréticas, dentre as quais, oferecida como espetáculo, uma cultura popular domesticada associando um fundo genuíno a formas exóticas que incluem novas técnicas. Mas há também – e felizmente – a possibilidade, cada vez mais freqüente, de uma revanche da cultura popular sobre a cultura de massa, quando, por exemplo, ela se difunde mediante o uso dos instrumentos que na origem são próprios da cultura de massas. Nesse caso, a cultura popular exerce sua qualidade de discurso dos “de baixo”, pondo em relevo o cotidiano dos pobres, das minorias, dos excluídos, por meio da exaltação da vida de todos os dias. Se aqui os instrumentos da cultura de massa são reutilizados, o conteúdo não é, todavia, “global”, nem a incitação primeira é o chamado mercado global, já que sua base se encontra no território e na cultura local e herdada. Tais expressões da cultura popular são tanto mais fortes e capazes de difusão quanto reveladoras daquilo que poderíamos chamar de regionalismos universalistas, forma de expressão que associa a espontaneidade própria à ingenuidade popular à busca de um

discurso universal, que acaba por ser um alimento da política (SANTOS, 2000, p.143-144).

Ainda segundo Santos (2000) a cultura, por ser baseada no território, no trabalho e no cotidiano, ganha a força necessária para deformar, ali mesmo, o impacto da cultura de massas. As pessoas organizadas em comunidades criam sua cultura de forma coletiva, espontânea e, paralelamente, acabam criando uma economia territorializada, uma cultura territorializada, um discurso territorializado, uma política territorializada. Daí observa-se a expressividade dos seus símbolos, manifestados na fala, na música, na dança, nas festas, e na riqueza das formas de trocas simbólicas e solidariedade entre as pessoas. E tudo isso evolui de modo inseparável, o que assegura a permanência do movimento e não o seu desaparecimento, como sugerem alguns discursos. Ele reforça seu importante argumento na seguinte passagem:

A cultura de massas produz certamente símbolos. Mas estes, direta ou indiretamente ao serviço do poder ou do mercado, são, a cada vez, fixos. Frente ao movimento social e no objetivo de não parecerem envelhecidos, são substituídos, mas por uma outra simbologia também fixa: o que vem de cima está sempre morrendo e pode, por antecipação, já ser visto como cadáver desde o seu nascimento. É essa a simbologia ideológica da cultura de massas. Já os símbolos “de baixo”, produtos da cultura popular, são portadores da verdade da existência e reveladores do próprio movimento da sociedade (SANTOS, 2000, p. 145).

Quando se fala em globalização, questões como desterritorialização, reterritorialização e oposição/integração entre global, nacional e local tornam-se centrais.

A globalização tende a desenraizar as coisas, as gentes e as idéias. Sem prejuízo de suas origens, marcas de nascimento, determinações primordiais, adquirem algo de descolado, genérico, indiferente. Tudo tende a desenraizar-se: mercadoria, mercado, moeda, capital, empresa, agência, gerência, *know-how*, projeto, publicidade, tecnologia. A despeito das marcas originais, da ilusão da origem, tudo tende a deslocar-se além das fronteiras, línguas nacionais, hinos, bandeiras, tradições, heróis, santos, monumentos, ruínas. Aos poucos, predomina o espaço global em tempo principalmente presente (IANNI, 2002, p. 95).

Conforme explica Ianni (2002) é neste contexto que se desenvolve o novo e surpreendente processo de desterritorialização, que ele considera uma característica essencial da sociedade global em formação, onde observa-se a formação de estruturas de poder econômico, político, social e cultural internacionais,

mundiais ou globais descentradas, sem que haja qualquer localização nítida neste ou naquele lugar, região ou nação. É importante ressaltar que esse fato manifesta-se tanto na esfera da economia como na da política e da cultura.

Na sociedade global, ao contrário do que se verifica na sociedade nacional, a desterritorialização é um processo cada vez mais intenso e generalizado, pois há coisas, pessoas e idéias desterritorializando-se todo o tempo. Segundo Ianni (2002) as relações, os processos e as estruturas de dominação e apropriação, antagonismo e integração, parecem desenraizar-se e percebe-se que fatos sociais, econômicos, políticos e culturais ocorrem simultaneamente perto e longe, sem que se detecte exatamente onde. Esses fatos manifestam-se em diferentes lugares, situações, significados, de tal forma que produzem a impressão de que vagam por distintas regiões, nações, continentes. Trata-se de um processo que está evidente no vasto espaço do mercado, na ampla circulação de idéias, na intensa movimentação das pessoas. Ele cita o exemplo do turismo e do terrorismo como sendo ingredientes deste processo, conferindo a muitos a impressão de que todas as coisas, pessoas e idéias desenraizam-se periódica ou permanentemente (IANNI, 2002).

Essa idéia da desterritorialização é exacerbada pelos meios de comunicação e pela informática. Pode-se perceber a significativa alteração nas noções de espaço e tempo. O ponto de referência ou o momento preciso dos acontecimentos deixam de ser tão nítidos e surge a sensação que os fatos largam-se por distintos lugares e épocas. Para Ianni (2002, p. 101) “a própria localização evidente, indiscutível, pode tornar-se irrelevante. É como se um novo tecido, outra malha, recobriria impregnando o mundo, alterasse a geografia e a história”.

Essa característica de compressão do espaço-tempo, uma característica da contemporaneidade faz com que a desterritorialização apareça como um momento essencial da pós-modernidade, um modo de ser isento de espaços e tempos, no qual se engendram espaços e tempos inimagináveis. É como se o mundo se mostrasse povoado de sucedâneos, simulacros, fetiches autonomizados, reificados, alheios ao cerne das coisas, isentos da tensão e aura do real (IANNI, 2002). A rapidez e fluidez de pessoas, moedas, informações, etc. de um canto a outro do planeta produz esse sensação de que tudo está acontecendo em todos os lugares ao mesmo tempo. Isso é um dos fatores que pode levar algumas pessoas a pensarem a questão da homogeneização, mas, na verdade, o que ocorre é uma

constante tensão entre o que está acontecendo nos diversos locais. O global não existe na forma de território espacializado. O global é composto pela inter-relação de diversos locais entre si. Desta forma, não há como pensar o global sem o nacional e este sem o local.

O mesmo acontece com os indivíduos que, apesar de atualmente estarem em contato direto e de uma forma nunca vista (em termos quantitativos e qualitativos) com influências externas, continuam carregando consigo as referências culturais próprias das sociedades nas quais se inserem. Portanto, concorda-se com Ianni (2002) quando o autor afirma que o mesmo processo civilizatório que impulsiona a homogeneização, provoca a diversificação.

É importante determinar a que se refere esta dissertação ao tratar do local, em oposição ao global. Serão utilizadas algumas pistas de Fonseca (2001). De acordo com este autor, local e lugar são denominações que se aproximam e se referem ao menor, ao que está próximo (local, área, ponto ou espaço). Na presente dissertação irá utilizar-se local e lugar como sinônimos.

No contexto da Geografia (FONSECA, 2001) é possível interpretar o lugar a partir de duas abordagens. Uma delas está relacionada a uma posição humanista e valoriza o caráter intencional, experiencial e afetivo pelo qual ou indivíduo ou grupo estabelece laços de identidade com uma porção do espaço. Nessa perspectiva o lugar é entendido como expressão da vivência. A outra abordagem está ligada à tradição crítica que considera o lugar como chave para compreensão das transformações concretas engendradas pelo progressivo processo de globalização. Neste caso, o lugar é interpretado como expressão geográfica da singularidade e, de acordo com Milton Santos (1996, 1988, entre outras obras), a discussão sobre lugar está totalmente inserida, na atualidade, nas transformações da sociedade globalizada.

Theotonio dos Santos (1994) chama a atenção para o que está sendo discutido ao afirmar que a questão territorial é importante, pois, na verdade, constitui um fator de moderação e bloqueio a uma tendência hoje muito forte de pensar o mundo como se tivéssemos um planeta totalmente integrado, ignorando os espaços culturais e econômicos locais, apesar de haver uma contradição entre o processo de globalização e estas realidades históricas e culturais, regionais e nacionais. Para o autor é impossível pensar o global sem estas particularidades.

Para este autor, o espaço regional e o local mantêm sua irredutibilidade uma vez que os espaços nacional e global, não podem substituir os processos regionais. “Eles podem agir sobre eles, podem orientá-los, mas não podem substituí-los” (SANTOS, 1994, p. 75).

Percebe-se, então, a inseparabilidade entre as dinâmicas globais, que afetam as nacionais, mas que só podem existir efetivamente no regional e no local. Segundo Milton Santos (2000), “os lugares são, pois, o mundo, que eles reproduzem de modos específicos, individuais, diversos. Eles são singulares, mas são também globais, manifestações da totalidade-mundo, da qual são formas particulares” (SANTOS, 2000, p. 112).

Fonseca (2004) concorda que o global se articula através do local (que funcionariam como os nós das redes). Para ele, a universalização das trocas, do capital, da mercadoria, dos gostos, do consumo, da alimentação, permitem construir uma geografia geral onde pequenas frações do espaço mundial – os locais – podem ser compreendidas à luz do espaço global. E para ele também, muitas vezes, as maiores repostas para os problemas globais podem ser encontradas justamente a partir de análises locais.

Agora parece importante definir do que se fala quando se utiliza o termo rede. Genericamente rede é um conjunto de nós interconectados, sendo que nó é o ponto onde uma curva se entrecorta. Quando falamos de redes na sociedade, o que cada nó seria depende de que tipo de rede se trata. Podem ser empresas, sistemas, grupos, lugares, equipamentos, etc. que formam redes que estão interconectadas a outras redes e que invadem economias e sociedades no mundo todo (CASTELLS, 2005).

Para Castells (2005) as redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, compartilhem os mesmo códigos de comunicação e os mesmos objetivos. E o mais importante é que o contexto da globalização não pode ser pensado sem, pelo menos, mencionar o conceito de rede e a forma como este está presente na construção da sociedade contemporânea. Theotonio dos Santos (1994) explica:

O global se apóia hoje na idéia de rede. Por que a idéia de rede? Primeiro porque ela é o sucedâneo metodológico e mental do mundo informatizado. O mundo informatizado pensa em forma de sistemas que se entrelaçam e

não em forma de relações rígidas. [...] Neste mundo de redes, o local, o regional e o nacional aparecem simplesmente como um dos elementos destas redes, que penetram por todos os lados estabelecendo as relações que, do ponto de vista global, lhe interessam (SANTOS, 1994, p. 75).

E o domínio e controle dos mecanismos de funcionamento das redes são fundamentais para a inserção efetiva no processo de globalização de forma a ter acesso aos benefícios econômicos e políticos que ele oferece. O autor, na passagem a seguir refere-se ao exemplo das empresas aéreas e seus sistemas de reserva e venda de bilhetes.

Este ponto de vista das redes me parece ser o modelo mais radical de globalização. [...] não interessa a produção de valores, nem mesmo a distribuição de valores, interessa dominar os sistemas em que estes valores são produzidos porque é na dominação desses sistemas que poderá se captar o máximo dos excedentes disponíveis dos recursos da força, da influência (SANTOS, 1994, p. 76).

Para Castells (2005, p. 41) “nossas sociedades estão cada vez mais estruturadas em uma posição bipolar entre a *Rede* e o *Ser*”. De acordo com o autor reflete uma divisão fundamental entre o instrumentalismo universal abstrato e as identidades particularistas historicamente enraizadas.

Nesse mundo de mudanças confusas e incontroladas, as pessoas tendem a reagrupar-se em torno de identidades primárias: religiosas, étnicas, territoriais, nacionais. [...] Em um mundo de fluxos globais de riqueza, poder e imagens, a busca da identidade, coletiva ou individual, atribuída ou construída, torna-se fonte básica de significado social. Essa tendência não é nova, uma vez que a identidade e, em especial, a identidade religiosa e étnica tem sido a base do significado desde os primórdios da sociedade humana. No entanto, a identidade está se tornando a principal e, às vezes, única fonte de significado em um período histórico caracterizado pela ampla desestruturação das organizações, deslegitimação das instituições, enfraquecimento de importantes movimentos sociais e expressões culturais efêmeras. [...] Enquanto isso, as redes globais de intercâmbios instrumentais conectam e desconectam indivíduos, grupos, regiões e até países, de acordo com sua pertinência na realização dos objetivos processados na rede, em um fluxo contínuo de decisões estratégicas (CASTELLS, 2005, p. 41).

A complexidade da economia, sociedade e cultura que estão em formação só podem ser compreendidas, segundo Castells (2005), através da noção de rede que está intimamente ligada à revolução da tecnologia da informação que está presente em todas as esferas da vida humana.

Concorda-se com este autor quando ele afirma que a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas, principalmente a partir dos anos 1970 quando esse novo paradigma surge e começa a delinear a interação entre a economia global e a geopolítica mundial lançando as bases para uma evolução no estilo de produção, comunicação, gerenciamento e vida.

Além da revolução tecnológica e dos processos de conexões entre verticalidades e horizontalidades, outro aspecto importante para Castells (2005), e no qual ele concorda com Harvey (2002) ao tratar da condição pós-moderna, são as alterações nas configurações de tempo e espaço para a construção das redes, o que ele chama de “espaço de fluxos” (CASTELLS, 2005, p. 467) e “tempo intemporal” (CASTELLS, 2005, p. 523).

O espaço e o tempo são as principais dimensões materiais da vida humana e encontram-se ligados na natureza e na sociedade. Deve-se levar em conta que, efetivamente, o espaço e o tempo estão sofrendo transformações sob o processo atual de transformação histórica, econômica e tecnológica que têm alterado também a estrutura social e cultural. No entanto, essa questão não pode ser analisada apenas do ponto de vista tecnológico e sim da forma como é proposto aqui, através das transformações econômicas e culturais que são impulsionadas pelo aparato informacional e comunicacional.

Harvey (2002) acredita também que o espaço - assim como o tempo - não pode ser entendido independentemente da ação social. Já Castells (2005) explica que, do ponto de vista da teoria social, o espaço é o suporte material de práticas sociais de tempo compartilhado e que, como todo suporte material, tem sempre um sentido simbólico. O que o autor quer dizer é que o espaço reúne essas práticas que ocorrem de forma simultânea no tempo e essa articulação permite dar sentido à sociedade.

Em relação ao tempo, Castells (2005) afirma que se o ser humano é o tempo personificado, da mesma forma o são as sociedades que são formadas pela sua história. Porém, ele chama a atenção para o fato de que, por trás da simplicidade com que se pode afirmar isto, há a complexidade do conceito, que é uma das categorias mais controversas tanto para as ciências naturais como para as ciências sociais. Por isso, não se pretende aqui discutir o que é o tempo, ou como ele é discutido pelos diversos autores e campos do conhecimento. O que importa é que a transformação na forma como se vive e percebe o tempo na

contemporaneidade, sob o paradigma da globalização e da tecnologia da informação, delineada pelas práticas sociais, é um dos fundamentos da sociedade atual e, como o autor afirma, está ligada ao surgimento do espaço de fluxos.

Para Harvey (2002) essa sociedade na qual se vive atualmente - que pode ser denominada pós-moderna - ou sociedade em rede, como prefere Castells (2005), devido a essa compressão do tempo-espaço, passa a estar submetida ao poder das imagens e signos (que devem ser estáveis, porém dinâmicos), já que tudo precisa circular de forma extremamente rápida. E, por isso, a competição no mercado da imagem passa a ser um aspecto vital da concorrência. E o que se observa é que essa competição não ocorre apenas no campo das empresas, mas também no campo político, social, cultural e mesmo pessoal.

E como diz Harvey (2002), a efemeridade das imagens pode ser interpretada parcialmente como uma luta dos grupos de qualquer espécie para estabelecer sua própria identidade. Percebe-se que os assuntos e as preocupações estão relacionados. A forma e os elementos que dão suporte à globalização e à mundialização, como estão contextualizados dentro de uma sociedade em rede, ou sociedade da informação, num cenário que pode ser identificado como tendo características pós-modernas, abrem espaços para debates a respeito dos temas que preocupam os Estudos Culturais, em especial a relação entre a cultura e o mercado, que se propõe aqui ser analisada através do exemplo do turismo.

Harvey (2002) apesar de não tratar especificamente do campo do turismo, destaca sua importância, juntamente com os meios de comunicação de massa, para contribuir com a sensação de compressão do tempo-espaço (e também dos simulacros). Ele afirma que a divulgação de imagens dos mais distintos locais que estão acessíveis pelo barateamento das possibilidades de deslocamento e que, aliados à sensação que os meios de comunicação de massa passam de que tudo está ao alcance de todos, contribuem para a produção e consumo de lugares e culturas. Essa discussão sobre a cultura como um produto (neste caso, turístico) percorrerá toda a dissertação. Contudo, é preciso tentar esclarecer de que cultura está se falando.

É importante se identificar de que forma inserem-se as culturas nesse processo de globalização, uma vez que a proposta da dissertação está relacionada à discussão da utilização de manifestações culturais enquanto produtos para uma atividade econômica, neste caso, a turística. Para tanto, outro quadro bastante

recorrente, relacionado à força da relação entre turismo e cultura é sua localização num contexto de pós-modernidade. Deste assunto, ocupa-se a seguir esta contextualização.

2.1.2. A Pós-modernidade

De acordo com Jair Santos (1996, p. 7), “pós-moderno” é o nome aplicado às mudanças ocorridas nas ciências, nas artes e nas sociedades avançadas desde 1950, quando, por convenção, se encerra o modernismo. Ele nasce com a arquitetura e a computação nos anos 1950. Toma corpo com a Arte Pop nos anos 1960. Cresce ao entrar pela filosofia, durante os anos 1970, como crítica da cultura ocidental. E amadurece hoje, alastrando-se na moda, no cinema, na música e no cotidiano programado pela tecnociência, sem que ninguém saiba se é decadência ou renascimento cultural. Para este autor, a essência da pós-modernidade pode ser descrita da seguinte forma:

[...] preferimos a imagem ao objeto, a cópia ao original, o simulacro (a reprodução técnica) ao real. E por quê? Porque desde a perspectiva renascentista até a televisão, que pega o fato ao vivo, a cultura ocidental foi uma corrida em busca do simulacro perfeito da realidade. Simular por imagens como na TV, que dá o mundo acontecendo, significa apagar a diferença entre real e imaginário, ser e aparência. Fica apenas o simulacro passando por real. Mas o simulacro, tal qual a fotografia a cores, embeleza, intensifica o real. Ele fabrica um hiper-real, espetacular, um real mais real e mais interessante que a própria realidade (SANTOS, 1996, p. 11).

Para Bhabha (1998) a era pós significa o fato de colocar “a questão da cultura na esfera do além”. Ele explica que o além não é um novo horizonte, nem tampouco o abandono do passado. Para ele se instala uma “sensação de desorientação” quanto ao passado e o presente, interior e exterior, inclusão e exclusão em relação à representação das identidades.

Para Ribeiro (2002) a relação entre globalização da economia e das técnicas e mundialização da cultura no contexto contemporâneo levanta uma série de discussões e problemas relevantes.

A predominância adquirida pela administração do consumo nos processos contemporâneos de modernização pressiona a cultura em direção ao presente, à valorização exacerbada do transitório, do imediato, do encantamento com o que é passageiro e leve. Também contribuiria para esse padrão de colagem social ao que é considerado novo, a crescente

presença de processos e informações tributários dos vínculos da sociedade urbana com a escala mundo. Afinal, a expansão territorial de processos (intercâmbio de idéias, bens, serviços, informações) também guardaria relação com mecanismos culturais resistentes ao esforço de atualização de remetimentos históricos mais profundos. Essas transformações – na cultura, na informação, nas imagens da vida social (Egler, 1991) – seriam portadoras, assim, de desafios imediatos para a definição de políticas culturais consistentes (Brunner, 1998) e para a elaboração de projetos que revertam, a favor de uma sociedade melhor, os elementos técnicos inscritos nas relações sociais cotidianas. Ocorreria, desta maneira, a tendência de as políticas culturais, desenvolvidas pelos aparelhos especializados de governo, reproduzirem – sem inovação ou contestação – orientações decorrentes da apropriação mercantil dos novos meios e instrumentos de comunicação e informação: espetacularização da cultura (Ribeiro, 1991), espaços limpos (Massentier, 1992) e ágil consumo de imagens (RIBEIRO, 2002, p. 155-156).

O conceito de pós-modernidade ou contemporaneidade é, no entanto, bastante discutido. A presente dissertação parte do pressuposto de Harvey (2002) de que existe uma relação necessária entre a ascensão de formas culturais pós-modernas, a emergência de modos mais flexíveis de acumulação do capital e um novo ciclo de compressão do tempo-espaço na organização do capitalismo. No entanto, para este autor, essas mudanças, “quando confrontadas com as regras básicas de acumulação capitalista, mostram-se mais como transformações da aparência superficial do que como sinais do surgimento de alguma sociedade pós-capitalista ou mesmo pós-industrial inteiramente nova” (HARVEY, 2002, p. 7).

O autor debate em sua obra se todas as alterações culturais observadas, e resultantes do contexto econômico, político, social, territorial, temporal contemporâneo, iniciadas a partir da década de 1970, representam uma ruptura com os modelos existentes até então ou se seriam apenas uma evolução ou transformação de paradigmas. Para ele, “com efeito, ocorreram grandes mudanças [...] a partir de mais ou menos 1970. Mas determinar se essas mudanças merecem o nome de ‘pós-moderno’ é outra questão” (HARVEY, 2002, p. 18).

Na verdade, o que se busca aqui não é discutir se estas transformações merecem ou não a denominação de pós-moderno. O turismo da forma como é conhecido e praticado atualmente, como atividade econômica globalizada e globalizante é, constantemente, no senso comum ou mesmo na literatura acadêmica e técnica, associado a uma atividade pós-moderna ou contemporânea (outro termo muitas vezes utilizado para caracterizar o contexto cultural atual). Dessa forma, o que interessa é o discurso da pós-modernidade e a forma como ele costura as relações entre economia, cultura e a relação espaço-tempo.

Quanto ao sentido do termo, Harvey (2002) alega que talvez a única concordância esteja em afirmar que o pós-modernismo representa alguma espécie de reação ao modernismo ou de afastamento dele. E como “o sentido de modernismo também é muito confuso, a reação ou afastamento conhecido como pós-modernismo o é duplamente” (HARVEY, 2002, p. 19).

Concorda-se com Harvey (2002) quando ele afirma que, apesar dos prós e contras da utilização do termo pós-moderno, a maioria dos teóricos aceitaria a cautelosa definição de Huysens (1984) que pondera:

O que aparece num nível como o último modismo, promoção publicitária e espetáculo vazio é parte de uma lenta transformação cultural emergente nas sociedades ocidentais, uma mudança da sensibilidade para a qual o termo “pós-moderno” é na verdade, ao menos por agora, totalmente adequado. A natureza e a profundidade dessa transformação são discutíveis, mas transformação ela é. Não quero ser entendido erroneamente como se afirmasse haver uma mudança global de paradigma nas ordens cultural, social e econômica; qualquer alegação dessa natureza seria um exagero. Mas, num importante setor da nossa cultura, há uma notável mutação na sensibilidade, nas práticas e nas formações discursivas que distingue um conjunto pós-moderno de pressupostos, experiências e proposições do de um período precedente (HUYSENS, 1984 *apud* HARVEY, 2002, p. 45).

Jameson (1996) acredita que o cultural, e mais especificamente, o pós-modernismo, é a lógica do novo estágio do capitalismo tardio², que é chamado de globalização. Para ele, o pós-modernismo “é o que se tem quando o processo de modernização está completo e a natureza se foi pra sempre. É um mundo mais completamente humano do que o anterior, mas é um mundo no qual a ‘cultura’ se tornou uma ‘verdadeira natureza’” (JAMESON, 1996, p. 13).

O autor explica que “a teoria do pós-modernismo é uma dessas tentativas: o esforço de medir a temperatura de uma época sem os instrumentos e em uma situação em que nem mesmo estamos certos de que ainda exista algo com a coerência de uma ‘época’” (JAMESON, 1996, p. 15). Desta forma, ele concorda também com Milton Santos (2000), para quem, a dificuldade em compreender o contexto atual se deve ao fato que “a gestação do novo, na história, dá-se freqüentemente, de modo quase imperceptível aos contemporâneos, já que suas sementes começam a se impor quando ainda o velho é quantitativamente dominante” (SANTOS, 2000, p. 141).

² Jameson (1996, p. 22) explica que o uso generalizado da expressão “capitalismo tardio” vem da Escola de Frankfurt e pode ser encontrado em muitos textos de Adorno e Horkheimer.

Jameson (1996) concorda também com idéias expostas em Harvey (2002) quando diz que:

O pós-modernismo não é a dominante cultural de uma ordem social totalmente nova (sob o nome de sociedade pós-industrial, esse boato alimentou a mídia por algum tempo), mas é apenas o reflexo e aspecto concomitante de mais uma modificação sistêmica do próprio capitalismo (JAMESON, 1996, p. 16).

E acredita precisamente que o sentido de cultura como algo que está tão colado ao econômico e que se torna difícil destacá-la ou examiná-la em separado é, em sua essência, um fenômeno pós-moderno (JAMESON, 1996, p. 19).

A presente dissertação leva em conta todas as dificuldades em definir ou mesmo explicar do que se trata o pós-moderno. No entanto, devido ao fato de que o discurso do turismo, conforme já foi dito, ao apropriar-se da cultura, utiliza uma série de termos e/ou expressões que não podem ser descontextualizadas dessa discussão, reduz sua significação ao senso comum e não permite uma reflexão mais profunda sobre o que está propondo. Termos comumente associados à pós-modernidade, como mercantilização da cultura, fetichismo, pastiche, pseudo-eventos ou espetáculos, simulacro, apenas para citar alguns, são frequentemente utilizados nos livros e nas discussões acadêmicas e técnicas de turismo, assim como outros termos que serão discutidos adiante como autenticidade, sincretismo, alteridade, etc. são frequentemente utilizados por planejadores da atividade. Por isso, entende-se que é importante localizar a discussão no contexto econômico e cultural atual, uma vez que isso ocorre não apenas no discurso brasileiro, mas em vários países.

Com relação a pós-modernismo, não procurei sistematizar um uso ou impor um significado convenientemente conciso e coerente, uma vez que esse conceito não só é contestado, mas também é intrinsecamente conflitante e contraditório. Vou argumentar que, por bem ou por mal, não podemos não usá-lo. Mas esse argumento implica, ainda, que toda vez que empregamos esse termo somos obrigados a recolocar essas contradições internas e a rerepresentar esses dilemas e essas inconsistências de representação; temos que retrabalhar tudo isso, todas as vezes. Pós-modernismo não é algo que se possa estabelecer de uma vez por todas e, então, usá-lo com a consciência tranqüila. O conceito, se existe um, tem que surgir no fim, e não no começo de nossas discussões do tema. Essas são as condições – as únicas, penso, que evitam os danos de uma clarificação prematura – em que o termo pode continuar a ser usado de forma produtiva (JAMESON, 1996, p. 25).

Se existe essa dificuldade de definição tão grande detectada por estudiosos do tema, como é possível que o discurso do turismo cultural possa utilizar tantos termos que estão relacionados ao pós-moderno sem discuti-los ou mesmo apresentar esse cenário de incertezas?

Quando se fala em pastiche, fala-se em “imitar um estilo único, peculiar e idiossincrático [...] mas é uma prática neutralizada de tal imitação [...] é uma paródia sem o riso [...] uma estátua sem olhos” (JAMESON, 1996, p. 43). Quando se trata de pseudo-eventos ou espetáculos trata-se de pessoas que se portam como consumidores em um “mundo transformado em mera imagem de si próprio” (JAMESON, 1996, p. 44). O simulacro seria a “cópia idêntica de algo cujo original jamais existiu” (JAMESON, 1996, p. 45).

Esses conceitos servem como exemplo de que o discurso do turismo, apesar de utilizar termos que estão repletos de contradições, não os discute. O turismo se vê inserido num contexto pós-moderno, de globalização e mundialização, conforme atestam diversos estudiosos do tema. Por exemplo, Geiger (2002) ao tratar do novo mapa do mundo pós-moderno, destaca a importância do turismo e sua inter-relação com a cultura e a religião, como uma de suas principais características, dentro do contexto da globalização e mundialização.

Outra expressão da globalização pode ser reconhecida no envolvimento crescente de milhões de pessoas na prática do turismo internacional. (GEIGER, 2002, p. 106).

Uma característica do mapa contemporâneo reside justamente na força de persistência da religião como elemento político, ainda aceito como diferenciador explícito de identidade nacional [...] (GEIGER, 2002, p. 112).

O desejo de superar o “lugar” e se “especializar”, “mundializar”, se expressa universalmente no desenvolvimento do gigantesco movimento turístico internacional. Procura-se a diversidade de cada lugar, seu caráter de “único”, mas sendo integrados virtualmente numa experiência de vida cheia de viagens. É uma dialética que une lugar e mundo. Viver o lugar, ou viver o mundo, são “momentos”. [...] O turismo compreende uma coleção de imagens reais e virtuais que se sucedem. Compreende também uma simulação, a de pertencer aos lugares visitados, que se expressa nos postais a familiares e amigos. O turismo de massa é uma expressão da pós-modernidade. Pois esta é uma face da pós-modernidade: reunir num dado espaço geográfico imagens virtuais, simulacros de objetos criados em lugares e tempos diferentes [...] Valorização de cada lugar e da rede de fluxos (GEIGER, 2002, p. 114-115).

No entanto, o discurso oficial do turismo, muitas vezes parece não se ocupar de buscar a complexidade por trás dos termos que emprega, assim como

muitos teóricos e técnicos da área. Gastal e Castrogiovanni (2003), em sua obra que reúne uma série de artigos relacionados ao tema, chamam a atenção para o fato de que a pós-modernidade, enquanto nova marca cultural da sociedade globalizada, tem sido debatida sob os mais diversos pontos de vista, como por exemplo, pela Comunicação, Economia, Geografia e Ciências Sociais. Para os autores, o turismo é um fenômeno que, com suas especificidades, ao incentivar os deslocamentos e os contatos culturais é, em si, uma prática pós-moderna. No entanto, apenas começa a participar deste debate.

O turismo, principalmente o cultural e as outras modalidades mais recentes a ele associadas, como o Étnico e o Religioso, se preocupam com questões que estão relacionadas aos Estudos Culturais. Muitos conceitos como, por exemplo, autenticidade, espetacularização, identidade, alteridade, hibridismo e multiculturalismo, são objetos dos Estudos Culturais. Portanto, deste assunto se ocupa a seguinte seção, pois acredita-se que seja importante compreender o contexto no qual estão inseridos esses termos e quais as discussões que são travadas a seu respeito para que, quando esses assuntos sejam abordados pelo planejamento e promoção da atividade turística eles não sejam descontextualizados do campo teórico-científico que busca compreendê-los.

2.2. A CULTURA

2.2.1. Os Estudos Culturais

Para Hall *et al.* (1980 *apud* Escosteguy, 2004, p. 137) “os Estudos Culturais não configuram uma ‘disciplina’, mas uma área onde diferentes disciplinas interagem, visando o estudo de aspectos culturais da sociedade”. Este campo de estudos surge de forma organizada como um centro de pesquisa de pós-graduação da Universidade de Birmingham na Inglaterra. O *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS)³ foi fundado em 1964 por Richard Hoggart inspirado na sua pesquisa publicada em 1957: “As utilizações da cultura” (HOLLANDA, 1996; ESCOSTEGUY, 1998; SANCHES, 1999; PRYTHON, 2003).

³ Centro para Estudos Culturais Contemporâneos.

Existe um consenso de que três textos estabeleceram as bases para os Estudos Culturais: *The uses of literacy* (1957) de Richard Hoggart, *Culture and society* (1958) de Raymond Williams e *The making of the english working-class* (1963) de E. P. Thompson.

Para Hollanda (1996) pode-se dizer que os Estudos Culturais tenham se originado da Sociologia concentrados especialmente no estudo de sub-culturas operárias da Inglaterra. No entanto,

Com o tempo, [...] vai absorvendo as novas questões trazidas pelos pensadores franceses como Foucault, Certeau, Bourdieu, etc. [e] passam do estudo das comunidades – articuladas como classes ou sub-culturas – para o estudo dos grupos étnicos, de mulheres, raciais e tornam-se a voz do outro na academia, absorvendo assim um contingente expressivo de antropólogos, sem entretanto abrir mão da criação de novos cruzamentos intelectuais e institucionais que produzam o efeito político de expandir a sociedade civil. [...] Nos USA define-se no bojo das guerras curriculares em torno do cânone e das disputas sobre as minorias e imigrantes (o reconhecimento legal e formal do multiculturalismo) [...]. Talvez no caso da América Latina o que defina os Estudos Culturais é sua metabolização como resposta à situação nacional, a uma certa disponibilidade nova para a ação e para projetos transnacionais e uma conseqüente necessidade de situar-se estrategicamente nesta posição de forma não subalterna (HOLLANDA, 1996, p. 1-2).

Para Denning (2005, p. 162) pode-se resumir a questão da proposta dos Estudos Culturais da seguinte forma: “Se as ciências humanas tratam dos seres humanos, os estudos culturais tratam dos povos”. Para Escosteguy (1998) a proposta original dos Estudos Culturais inicialmente é considerada mais política do que analítica. Isso porque, apesar de sustentar um marco teórico específico, amparado principalmente no marxismo, a sua história está entrelaçada com a trajetória da Nova Esquerda, de alguns movimentos sociais⁴ e de publicações (entre elas a *New Left Review*). No período pós-68, esse campo transformou-se em força motriz da cultura intelectual de esquerda.

A razão pela qual os Estudos Culturais servem de embasamento teórico para o presente trabalho é que eles passaram a se preocupar, em primeira mão, com os produtos da cultura popular e dos meios de comunicação de massa que expressam os rumos da cultura contemporânea. Além disso, do ponto de vista metodológico, trata-se de um campo que valoriza o trabalho qualitativo e que busca as relações entre práticas culturais e outras práticas em formações sociais definidas

⁴ Por exemplo, *Worker's Educational Association, Campaign for Nuclear Disarmament*.

“isto é, a relação do cultural com o econômico, político e instâncias ideológicas” (ESCOSTEGUY, 1998, p. 90).

Os Estudos Culturais exploram de forma bastante séria as funções políticas da cultura. Com sua orientação marcadamente marxista, alguns conceitos e teóricos se destacaram como grandes influências para os primeiros estudiosos desse campo. Pode-se destacar, por exemplo, o conceito de hegemonia, associado a Gramsci, que descreve as relações de dominação nem sempre aparentes na sociedade. Outro destaque pode ser dado para a influência da Escola de Frankfurt e seus trabalhos sobre a Indústria Cultural.

Além do marxismo, a base dos Estudos Culturais também é formada pela semiótica, especialmente a partir dos anos 1960. Stuart Hall aparece como a principal figura de uma abordagem mais estruturalista desse campo, cujo enfoque está no exame atento de práticas significantes e processos discursivos (PRYSTHON, 2003).

Acredita-se que o entrecruzamento entre essas duas tendências: a abordagem culturalista (proveniente das ciências sociais) e a estruturalista (semiótica) é a principal característica dos Estudos Culturais.

Seguindo pelos caminhos que constituíram o campo dos Estudos Culturais, Prysthon (2003) destaca o intenso diálogo que foi estabelecido com a teoria francesa, já mencionada por Hollanda (1996).

Além da influência de Althusser, poder-se-ia mencionar Foucault, Barthes, Lyotard, Derrida como algumas das figuras-chave da teoria francesa a serem apropriadas pelos EC, especialmente a partir dos anos 80. Essa absorção do estruturalismo, da semiologia e do pós-estruturalismo franceses vai servir para uma reorientação dos EC (PRYSTHON, 2003, p. 136).

Em seguida, a autora ainda relaciona os Estudos Culturais às teorias da pós-modernidade.

Essa associação dos EC com a teoria francesa leva a uma outra, talvez ainda mais dominante, com os conceitos relacionados ao pós-moderno (muitos deles derivados das teorias francesas). [...] A arte e a cultura pós-modernistas implicam na prática da citação, na recuperação lúdica do passado, na des-hierarquização, no des-centramento das formas; e quase todos os filósofos franceses pós-1960 (Foucault, Derrida, Barthes, Guattari, Deleuze, Baudrillard, Lyotard...), vale lembrar que lidando com objetos, perspectivas e graus de complexidade muito diferentes entre si, chegaram a analisar discursos e sociedades sob o filtro de noções como des-

centramento, fragmentação dos sujeitos e das experiências, esquizofrenia, micropolitização do social, etc. [...] A filosofia francesa desta época, em geral, condenou os esquemas interpretativos absolutos (como o marxista e o freudiano, por exemplo) e se baseou em uma crítica dos procedimentos racionais ocidentais, mesmo que não nomeassem diretamente o pós-moderno/pós-modernismo. (PRYSTHON, 2003, p. 137).

Para Hollanda (1996) toda essa discussão está inserida no contexto da globalização. Ela completa: “Quando falo em globalização estou pensando nos novos fenômenos transnacionais de grande escala com fluxos de capital, migrações massivas, regimes flexíveis de trabalho, telecomunicações, turismo e transferências culturais” (HOLLANDA, 1996, p. 3).

A globalização também se refere às formas nas quais esses fenômenos localizam os povos, as pessoas, os recursos, as crenças e as informações em novíssimos networks, num processo que forja conexões entre indivíduos e instituições que nunca antes tiveram possibilidade de contato ou mesmo de colaboração. [...] A globalização também produz formas altamente específicas e culturalmente determinadas nas quais as populações locais interagem, frequentemente reagem e continuamente transformam os processos transnacionais. O que portanto torna-se fascinante é que a tão temível idéia de globalização, na realidade, atua tanto sobre a integração quanto sobre a fragmentação, atua tanto sobre a homogeneização quanto sobre a diferenciação (HOLLANDA, 1996, p. 4).

Para Escosteguy (2004) na década de 1990 acontece um “relaxamento” da vinculação política nos Estudos Culturais, além do que, o sentido de que se está analisando algo “novo” não existe mais. Mas a autora acredita que, ao contrário do que se possa pensar, existe uma continuidade, mesmo que fragmentada.

É um projeto de pensar através das implicações da extensão do termo “cultura” para que inclua atividades e significados da gente comum, precisamente esses coletivos excluídos da participação na cultura quando é a definição elitista de cultura que governa (BARKER e BEEZER, 1994 *apud* ESCOSTEGUY, 2004, p. 150).

Pode-se dizer que os Estudos Culturais assumiram o papel de testemunha, dando voz aos significados que se fazem aqui e agora. Para Baker e Beezer (1994 *apud* Escosteguy, 2004) sua base fundamental foi alterada, de modo que o conceito de classe deixou de ser o conceito crítico central. Ao mesmo tempo, o centro da atenção principal deslocou-se para questões de subjetividade e identidade e para esses textos culturais e midiáticos.

O discurso do turismo está bastante atento a este tipo de textos para utilizá-los na promoção e divulgação da atividade. E isso pode ser observado tanto no discurso oficial do setor público e privado que atua como “vendedor” de produtos turísticos culturais. Esses agentes governamentais ou empresariais, que reproduzem esse tipo de discurso, estão embasados pela produção de textos técnicos e acadêmicos que o difunde, através da utilização de uma série de termos e conceitos que merecem uma maior atenção. É preciso observar de que forma esses conceitos e idéias são apropriados e lançados ao mercado turístico.

Conforme já foi dito, muitos dos termos que são frequentemente discutidos pelo turismo cultural, como, por exemplo, identidade, alteridade, hibridização, multiculturalismo, autenticidade, entre outros, são discutidos pelos estudiosos dos estudos culturais. Por isso, acredita-se ser importante trazer algumas considerações a respeito dessas discussões para a presente dissertação.

De uma forma objetiva, pode-se definir identidade a partir do ponto de vista de Castells (2002) como sendo a fonte de significado e experiência de um povo. Ele cita Calhoun (1994):

Não temos conhecimento de um povo que não tenha nomes, idiomas ou culturas em que alguma forma de distinção entre o eu e o outro, nós e eles, não seja estabelecida... O autoconhecimento – invariavelmente uma construção, não importa o quanto possa parecer uma descoberta – nunca está totalmente dissociado da necessidade de ser conhecido, de modos específicos, pelos outros (CALHOUN, 1994 *apud* CASTELLS, 2002, p. 22).

Castells (2002) defende em sua obra que do ponto de vista de atores sociais, o que entende por identidade é o processo de construção de significado com base em um atributo cultural ou um conjunto deles que estejam inter-relacionados e que prevalecem sobre outras fontes de significado. Trata-se de um processo coletivo de construção e escolhas. Além disso, tanto para um indivíduo como para uma coletividade pode (e provavelmente assim será) existir identidades múltiplas. No entanto, essa pluralidade sempre será fonte de tensão e contradição tanto na auto-representação quanto na ação social.

Hall (2001) explica que a questão da identidade está sendo extensamente discutida na teoria social. Para ele, o argumento principal por trás destas discussões seria o de que as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o

indivíduo moderno, que até o momento tinha sido visto como um sujeito unificado. A chamada “crise de identidade” seria vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social.

O autor prossegue explicando que, para os teóricos que acreditam que as identidades modernas estão entrando em colapso, o argumento se desenvolve da seguinte forma: um tipo diferente de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do século XX (e aí está incluso o cenário tratado na presente contextualização). Essa mudança está fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, tinham fornecido ao homem sólidas localizações como indivíduos sociais. Estas transformações estão também mudando as identidades pessoais, abalando a idéia que o ser humano tem de si próprio como sujeito integrado. Esta perda de um “sentido de si” estável é chamada, algumas vezes, de deslocamento ou descentração do sujeito. Esse duplo deslocamento – descentração dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmos – constitui uma “crise de identidade” para o indivíduo. Hall (2001) cita Mercer (1990) para explicar que “a identidade somente se torna uma questão quando está em crise, quando algo que se supõe como fixo, coerente e estável é deslocado pela experiência da dúvida e da incerteza” (MERCER, 1990 *apud* HALL, 2001, p. 9).

Para Hall (2001) o conceito do que é identidade não é algo fixo, imutável, e sim algo que vem se transformando com o passar do tempo. Acredita-se ser importante essa discussão, pois sinaliza para o fato de que não existe uma crise de identidade como alguns afirmam, que irá eliminá-la, mas sim um processo em andamento que está reconfigurando, o que entende-se por identidade.

Na contemporaneidade, o sujeito que antes possuía uma identidade unificada e estável, começa a se tornar fragmentado e composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas. Para Hall (2001) esse processo produz o sujeito pós-moderno, aquele que não tem uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade torna-se uma “celebração móvel” que é formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais os sujeitos são representados nos sistemas culturais que os rodeiam. Essa nova concepção de identidade é definida historicamente, e não biologicamente e

pressupõe que a identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Pelo contrário, na medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, o ser humano passa a ser confrontado por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais pode se identificar, ao menos temporariamente. É partindo dessa discussão que muitos estudiosos passaram a trabalhar com a idéia de que, na contemporaneidade – onde se percebem os impactos da globalização sobre a noção de identidade cultural – as identidades não são fixas e sim negociáveis.

Para Hall (2001) outro assunto importante que está sendo discutido é a tensão entre o global e o local na transformação das identidades. É importante ressaltar que ele se refere às identidades locais como sendo as de dimensão nacional e às globais como sendo as decorrentes do processo de globalização (e mundialização). As identidades nacionais representam vínculos a lugares, eventos, símbolos, histórias particulares e o que, algumas vezes, é chamado de uma forma particularista de vínculo ou pertencimento. Sempre houve uma tensão entre essas identificações e as identificações mais universalistas (o autor utiliza como exemplo uma identificação maior com a humanidade do que com a “inglesidade”⁵) e elas continuam a existir. O crescimento dos estados-nação, das economias nacionais e das culturas nacionais continuam a dar um foco para a tendência particularista enquanto que a expansão do mercado mundial e da modernidade como um sistema global davam foco para a tendência universalista.

Concorda-se que a preocupação com uma homogeneização cultural forçada pela globalização do mundo pós-moderno que ameaçaria destruir as identidades e a unidade das culturas nacionais é um quadro “simplista, exagerado e unilateral” (HALL, 2001, p. 77). O autor defende sua posição, de forma bastante objetiva através de três argumentos de suma importância, que se acredita ser relevante apresentar, uma vez que o discurso do turismo preocupa-se com a questão de enfraquecimento/manutenção das identidades.

Em primeiro lugar, ao lado da tendência em direção a uma homogeneização cultural global traz consigo uma fascinação pela diferença, pela alteridade. Ele cita Robins (1991 *apud* Hall, 2001, p. 77) que afirma que, “há, juntamente com o impacto do ‘global’, um novo interesse pelo ‘local’”. Ou seja, ao

⁵ *Englishness*, como ele se refere no original (HALL, 2001, p. 76).

invés de pensar no global como substituto do local, o mais lógico é pensar a nova articulação que surge entre global e local. Em segundo lugar, a globalização não pode ser vista da mesma forma em todos os lugares. Apesar de que, de forma direta ou indireta, afeta a maior parte dos países, ela na verdade, é desigualmente distribuída ao redor do globo, entre regiões e entre diferentes estratos da população dentro das próprias regiões (MASSEY, 1991 *apud* HALL, 2001). E em terceiro lugar, está o fato de que a direção do fluxo (do processo de homogeneização cultural) é desequilibrado. Isso porque continuam a existir relações desiguais de poder cultural entre ocidente e oriente, fazendo com que a globalização tenha muito mais poder (principalmente no referente às questões culturais do que econômicas) nos países de cultura ocidental.

No que se refere à relação entre global e local com o conceito de identidade, pode-se resumir, a partir de Hall (2001) que no atual momento, em toda parte, estão emergindo identidades culturais que não são fixas, mas sim suspensas, em transição, entre diferentes posições. Essas identidades retiram seus recursos, ao mesmo tempo, de diferentes tradições culturais e, portanto, são o produto desses complicados cruzamentos e misturas culturais que são cada vez mais comuns num mundo globalizado.

[...] parece então que a globalização tem, sim, o efeito de contestar e deslocar as identidades centradas e “fechadas” de uma cultura nacional. Ela tem um efeito pluralizante sobre as identidades, produzindo uma variedade de possibilidades e novas posições de identificação, e tornando as identidades mais posicionais, mais políticas, mais plurais e diversas; menos fixas, unificadas ou trans-históricas. Entretanto, seu efeito geral permanece contraditório. Algumas identidades gravitam ao redor daquilo que Robins chama de “Tradição”, tentando recuperar sua pureza anterior e recobrir as unidades e certezas que são sentidas como tendo sido perdidas. Outras aceitam que as identidades estão sujeitas ao plano da história, da política, da representação e da diferença e, assim, é improvável que elas sejam outra vez unitárias ou “puras”; e essas, conseqüentemente, gravitam ao redor daquilo que Robins (seguindo Homi Bhabha) chama de “Tradução” (HALL, 2001, p. 87).

No que se refere ao conceito de alteridade, Bhabha (1998) alerta para as dificuldades de estudar esse tema, pois o lugar da diferença cultural acaba por tornar-se “mero fantasma de uma terrível batalha disciplinar na qual ela própria não terá espaço ou poder”. Ele explica que muitas vezes o outro é citado, mencionado, emoldurado, iluminado e encaixado na estratégia de imagem/contra-imagem de um esclarecimento serial. Dessa forma, a narrativa e a política cultural da diferença

tornam-se um círculo fechado da interpretação. O que ocorre é que o outro, dessa forma, perde seu poder de significar, de negar, de iniciar seu desejo histórico, de estabelecer seu próprio discurso institucional e oposicional (BHABHA, 1998, p. 59). Isso reflete uma tendência que, ao pensar o outro, este sempre é pensado a partir dos parâmetros do pesquisador, da perspectiva da alteridade em si. Dessa forma, muitas vezes estabelece-se uma noção de superioridade, de dominação e dominado, que não permite compreender o outro dentro do seu próprio sistema de referência cultural.

De acordo com Bhabha (1998), é fundamental compreender que a enunciação da diferença cultural problematiza a divisão entre passado e presente, tradição e modernidade, no nível da representação cultural e de sua interpelação legítima. Trata-se do problema de como, ao significar o presente, algo vem a ser repetido, relocado e traduzido em nome da tradição, sob a aparência de um passado que não é necessariamente um signo fiel da memória histórica, mas uma estratégia de representação da autoridade em termos do artifício do arcaico. Para o autor, essa repetição nega a percepção das origens da luta e mina a percepção dos efeitos homogeneizadores dos símbolos e ícones culturais, ao questionar a percepção da autoridade da síntese cultural em geral.

O autor prossegue destacando que a enunciação problemática da diferença cultural torna-se, no discurso do relativismo, o problema perspectivo da distância temporal e espacial. A ameaça da “perda” de sentido na interpretação torna-se então um projeto para a restauração da “essência” cultural ou da autenticidade (BHABHA, 1998). Ou seja, quando surge o medo de que uma tradição (distante no tempo e espaço) seja esquecida, inicia-se o discurso a favor da retomada de seus elementos “autênticos”. Na verdade, esse discurso não leva em consideração as transformações próprias da cultura.

Outro conceito polêmico que tem sido bastante discutido é o de hibridização ou hibridismo cultural. Para Hall (2001, p. 91) alguns estudiosos argumentam que o hibridismo, assim como o sincretismo – que ele define como a “fusão entre diferentes tradições culturais” – são uma poderosa fonte criativa, que produz novas formas de cultura mais apropriadas à modernidade tardia do que as velhas e contestadas identidades do passado. Outros, entretanto, argumentam que o hibridismo, com sua indeterminação, dupla consciência e relativismo que implica, também tem seus custos e perigos. Por isso, existem também fortes tentativas para

se reconstruírem identidades purificadas, para se restaurar a coesão, o fechamento e a manutenção da tradição, frente ao hibridismo e à diversidade.

Bhabha (1998) explica como a diferença cultural e o hibridismo se configuram frente ao conceito de tradição:

Os termos do embate cultural, seja através de antagonismo ou afiliação, são produzidos performativamente. A representação da diferença não deve ser lida apressadamente como o reflexo de traços culturais ou étnicos preestabelecidos, inscritos na lápide fixa da tradição. A articulação social da diferença, da perspectiva da minoria, é uma negociação complexa, em andamento, que procura conferir autoridade aos hibridismos culturais que emergem em momentos de transformação histórica. O “direito” de se expressar a partir da periferia do poder e do privilégio autorizados não depende da persistência da tradição; ele é alimentado pelo poder da tradição de se reinscrever através das condições de contingência e contraditoriedade que presidem sobre as vidas dos que estão “na minoria”. O reconhecimento que a tradição outorga é uma forma parcial de identificação. Ao reencenar o passado, este introduz outras temporalidades culturais incomensuráveis na invenção da tradição. Esse processo afasta qualquer acesso imediato a uma identidade original ou a uma tradição “recebida”. Os embates de fronteira acerca da diferença cultural têm tanta possibilidade de serem consensuais quanto conflituosos; podem confundir nossas definições de tradição e modernidade, realinhar as fronteiras habituais entre o público e o privado, o alto e o baixo, assim como desafiar as expectativas normativas de desenvolvimento e progresso (BHABHA, 1998, p. 20).

Ele chama, ainda, a atenção para o fato de que os próprios conceitos de culturas homogêneas, a transmissão consensual ou contígua de tradições históricas, ou comunidades étnicas orgânicas, enquanto bases para o comparativismo cultural, estão em profundo processo de redefinição (BHABHA, 1998). Concorde-se com as discussões atuais que apontam para que não se possa falar em uma cultura e sim em diversas mesmo dentro de um território delimitado; que as tradições, independente de seu início histórico, são inventadas através de processos sociais e as que permanecem são resultantes de disputas de poder dentro da mesma sociedade; e que não existem comunidades etnicamente puras, pois mesmo as mais antigas sociedades são formadas por misturas entre grupos de origens diferentes.

Em relação à discussão entre tradição autêntica, não-autêntica ou inventada, que no discurso do turismo normalmente está associada à valorização da autenticidade da cultura local, pode-se concordar com Hobsbawm e Ranger (1997) de que, apesar de que todas as tradições são inventadas, independente de serem novas ou antigas, na verdade a questão da autenticidade é uma busca por legitimação histórica.

Ou, como defende Bhabha (1998) em relação ao discurso naturalizado, unificador, da nação, dos povos ou da tradição popular autêntica, que ele chama de mitos incrustados da particularidade da cultura, não podem ter referências imediatas. “A grande, embora desestabilizadora, vantagem dessa posição é que ela nos torna progressivamente conscientes da construção da cultura e da invenção da tradição” (BHABHA, 1998, p. 241).

Quando trata do multiculturalismo, Bhabha (1998) diz que:

A metáfora da “linguagem” traz à tona a questão da diferença e incomensurabilidade culturais, não a noção etnocêntrica, consensual, da existência pluralista da diversidade cultural. Ela representa a temporalidade do significado cultural como “multi-acentuada”, “rearticulada discursivamente”. É um tempo do signo cultural que desestabiliza a ética liberal da tolerância e a moldura pluralista do multiculturalismo. Cada vez mais, o tema da diferença cultural emerge em momentos de crise social, e as questões de identidade que ele traz à tona são agonísticas; a identidade é reivindicada a partir de uma posição de marginalidade ou em uma tentativa de ganhar o centro: em ambos os sentidos ex-cêntrica (BHABHA, 1998, p. 247).

Esses conceitos constituem uma base importante para prosseguir a discussão sobre a contextualização da cultura na contemporaneidade a partir da análise dos Estudos Culturais. Mas, se esses elementos teóricos são fundamentais, também o é a noção de cultura regional, pois é nesta que estão inseridas as festas populares religiosas. Parte-se a seguir para algumas considerações a respeito do assunto.

2.2.2. A cultura regional

Em uma dissertação sobre cultura e turismo pode se dizer que é importante que seja apresentada uma definição de cultura. Isso será feito de uma forma breve, porém não significa que esta discussão seja algo menor. Pelo contrário, a complexidade da discussão sobre o que é cultura seria, por si só, um tema de grande riqueza e necessidade de exaustiva pesquisa. No entanto, este não é o foco da presente dissertação⁶. Isso porque, como conta Sodré (1988) os antropólogos

⁶ Ver as obras *Cultura: um conceito antropológico* (LARAIA, 2000) e *A verdade seduzida: por um conceito de cultura no Brasil* (SODRÉ, 1988) para aprofundamento da discussão sobre o conceito de cultura e suas origens. E também a tese *A organização da cultura na “Cidade da Bahia”* (MIGUEZ, 2002) para uma discussão específica sobre a cultura baiana (especialmente de Salvador e Recôncavo).

Kroeber e Kluckhohn catalogaram cerca de 150 definições de cultura, o que atesta a natureza movediça e tática do conceito. Para ele, “cultura é uma dessas palavras metafóricas (como por exemplo, liberdade) que deslizam de um contexto para outro com significações diversas” (SODRÉ, 1988, p. 8).

No entender de Sodré (1988), para as modernas sociedades ocidentais, cultura implica numa prática diferenciada que   regida por um sistema e se entende como o conceito das rela es internas típicas da realidade da produ o, pelos indivíduos, do sentido que organiza suas rela es de coexistência com a natureza, com os demais membros de seu grupo e com outros grupos humanos. Enquanto isso, para os antropólogos, cultura já não   mais apenas a tradi o transmissível de comportamentos aprendidos, mas um complexo diferenciado de rela es de sentido, explícitas e implícitas, concretizadas em modos de pensar, agir e sentir. Resumindo, dentro ou fora do discurso antropológico, o termo cultura relaciona-se com as práticas de organiza o simbólica, de produ o social de sentido e de relacionamento com o real.

De acordo com Laraia (2000), a primeira defini o de cultura formulada do ponto de vista antropológico foi a de Tylor (1871 *apud* Laraia, 2000, p. 25) que “tomando em seu amplo sentido etnográfico   este todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade”. Com esta defini o, Tylor abrangia em uma palavra todas as possibilidades de realiza o humana e marcava o caráter de aprendizado da cultura em oposi o   idéia de aquisi o inata e transmitida por mecanismos biológicos. Além disso, ele demonstrou que a cultura pode ser objeto de estudos sistemáticos por ser um fenômeno que possui causas e regularidades. No entanto, Laraia (2000) chama aten o para que:

Mais de um século transcorrido desde a defini o de Tylor, era de se esperar que existisse hoje um razoável acordo entre os antropólogos a respeito do conceito. [...] Mas, na verdade, as centenas de defini es formuladas após Tylor serviram mais para estabelecer uma confusão do que ampliar os limites do conceito (LARAIA, 2000, p. 27-28).

José Santos (1994) d  sua contribui o de forma bastante didática. Para ele as diversas defini es de cultura podem ser agrupadas em duas concep es básicas. A primeira delas preocupa-se com todos os aspectos da realidade social.

Dessa forma, cultura diz respeito a tudo aquilo que caracteriza a existência social de um povo ou nação, ou então de grupos dentro de uma sociedade. Para a segunda concepção, quando se fala em cultura está se fazendo referência mais especificamente ao conhecimento, às idéias e crenças, assim como às formas como eles existem na vida social. E o autor alerta para um perigo comum, pois ambas as concepções levam, muitas vezes, a que se entenda a cultura como uma realidade estanque, parada. No entanto, as culturas são dinâmicas. E uma das grandes vantagens de estudá-las é porque elas contribuem para o entendimento dos processos de transformação por que passam as sociedades contemporâneas. E, este autor resume sua visão do termo da seguinte forma:

Cultura é uma dimensão do processo social, da vida de uma sociedade. Não diz respeito apenas a um conjunto de práticas e concepções, como por exemplo se poderia dizer da arte. Não é apenas uma parte da vida social como por exemplo se poderia falar da religião. Não se pode dizer que cultura seja algo independente da vida social, algo que nada tenha a ver com a realidade onde existe. Entendida dessa forma, cultura diz respeito a todos os aspectos da vida social, e não se pode dizer que ela exista em alguns contextos e não em outros. Cultura é uma construção histórica, seja como concepção, seja como dimensão do processo social. Ou seja, a cultura não é algo natural, não é uma decorrência de leis físicas ou biológicas. Ao contrário, a cultura é um produto coletivo da vida humana (SANTOS, 1994, p.44).

Então, a partir do contexto de globalização e pós-modernidade que foi brevemente exposto, como é possível falar em uma cultura regional? O que seria essa cultura que não é global nem nacional, e sim regional ou local? Que cultura é essa que se manifesta num espaço dado, num território, de uma forma singular, ao mesmo tempo em que sofre tantas influências dos lugares mais distantes? Como manter sua autenticidade e singularidade nesse contexto e diante de tais e tantas influências?

Dissolvem-se fronteiras e desenraízam-se as coisas, as gentes e as idéias. Formam-se linguagens globais. [...] São muitas e crescentes as produções materiais e espirituais que se mundializam. Muito do que é local, regional, nacional ou mesmo continental entra no âmbito das relações, processos e estruturas articulados nos caminhos do mundo. Simultaneamente, realizam-se produções materiais e espirituais que já nascem como internacionais, ou propriamente globais. Mais do que nunca, o singular e o universal realizam-se como história (IANNI, 2002, p. 46).

A impressão é que, apesar de não conseguir homogeneizar todas as culturas de todas as sociedades, devido justamente ao processo de dialética entre o

local e o global, a cultura, enquanto tratada como mercadoria no processo de globalização, traz em si a intenção de ser consumida na maior parte possível de lugares, e esse é o perigo justamente do discurso que muitas vezes é empreendido pela indústria cultural, pela publicidade e pelo turismo.

Mas nenhuma mercadoria é inocente. Ela também é signo, símbolo, significado. Carrega valor de uso, valor de troca e recado. Povo a imaginário da audiência, auditório, público, multidão. Diverte, distrai, irrita, ilustra, ilude, fascina. Carrega padrões e ideais, modos de ser, sentir e imaginar. Trabalha mentes e corações, formando opiniões, idéias e ilusões. [...] Ocorre que o mesmo processo de globalização da cultura, caminhando junto com o da sociedade, economia e política, ainda que em forma desigual, globaliza também grupos e classes sociais, movimentos sociais e partidos políticos, ideologias e utopias (IANNI, 2002, p. 48-49).

Bourdieu (1998) discute a questão de como a ciência busca compreender a regionalidade e outras categorias a ela associadas que são consideradas aqui de grande importância. Segundo ele, a confusão dos debates em torno da noção de região e, mais geralmente, de etnia ou de etnicidade (que ele diz serem eufemismos eruditos para substituir a noção de raça que, contudo, está sempre presente na prática) resulta, em parte, “de que [há uma] preocupação de submeter à crítica lógica os categoremas do senso comum, emblemas ou estigmas, e de substituir os princípios práticos do juízo cotidiano pelos critérios logicamente controlados e empiricamente fundamentados da ciência” (BOURDIEU, 1998, p. 112).

O autor prossegue reafirmando a dificuldade em buscar critérios objetivos de identidade regional, pois na prática social estes critérios (e ele cita o exemplo da língua, o dos dialetos ou sotaques) são objeto de representações mentais, quer dizer, de atos de percepção e de apreciação, de conhecimento e de reconhecimento em que os agentes investem os seus interesses e os seus pressupostos, e de representações objetivas, em coisas (emblemas, bandeiras, insígnias, etc.) ou em atos, estratégias interessadas de manipulação simbólica que têm em vista determinar a representação mental que os outros podem ter destas propriedades e dos seus portadores (BOURDIEU, 1998).

As lutas que são travadas a respeito da identidade étnica ou regional, das propriedades ligadas à origem através do lugar de origem e dos sinais duradouros que lhes são correlativos são um caso particular das lutas das classificações. Essas lutas têm como função fazer ver e crer, dar a conhecer e fazer reconhecer, impor a definição legítima das divisões do mundo social e, por este meio, de fazer e de

desfazer os grupos. Para Bourdieu (1998, p. 114), “o acto que consiste em ‘traçar as fronteiras em linhas rectas’, em separar ‘o interior do exterior, o reino do sagrado do reino do profano, o território nacional do território estrangeiro’, é um acto religioso”.

Para Bourdieu (1998) o discurso regionalista é performativo e resultado de imposições muitas vezes arbitrárias, uma vez que não existem fronteiras naturais. Dessa forma, a cultura regional deve ser tratada da mesma forma que a identidade regional, como algo que foi estabelecido em algum momento histórico por invenção e imposição e que nas lutas sociais ocorridas no espaço daquele território acabou por se fixar em determinada sociedade em detrimento de outras. Ele explica:

Ninguém poderia hoje sustentar que existem critérios capazes de fundamentar classificações “naturais” em regiões “naturais”, separadas por fronteiras “naturais”. A fronteira nunca é mais do que o produto de uma divisão a que se atribuir maior ou menor fundamento na “realidade” segundo os elementos que ela reúne, tenham entre si semelhanças mais ou menos numerosas e mais ou menos fortes [...] (BOURDIEU, 1998, p. 114).

O discurso regionalista é um discurso performativo, que tem em vista impor como legítima uma nova definição das fronteiras e dar a conhecer e fazer reconhecer a região assim delimitada – e, como tal, desconhecida – contra a definição dominante, portanto, reconhecida e legítima, que a ignora. [...] as categorias “étnicas” ou “regionais”, como as categorias de parentesco, instituem uma realidade usando do poder de revelação e de construção exercido pela objectivação do discurso (BOURDIEU, 1998, p. 116).

O discurso e debates referentes ao regionalismo atualmente assumiu o papel que havia sido do nacionalismo. No entanto, as questões teóricas presentes em ambas as discussões são bastante semelhantes. A necessidade de afirmação das culturas das minorias (étnicas e religiosas, principalmente) frente às culturas hegemônicas, assim como do popular frente ao erudito, e a busca pela afirmação da existência de múltiplas culturas não contempladas nem no plano popular quanto da alta cultura. Bourdieu (1998) trata de forma indiferenciada os casos, o que pode se levar a assumir que, ao tratar do regional, ele pode estar também se referindo ao nacional, ambos como sendo opostos ao global/mundial.

O regionalismo (ou o nacionalismo) é apenas um caso particular das lutas propriamente simbólicas em que os agentes estão envolvidos quer individualmente e em estado de dispersão, quer colectivamente e em estado de organização, e em que está em jogo a conservação ou a transformação das relações de forças simbólicas e das vantagens correlativas, tanto económicas como simbólicas; ou, se se prefere, a conservação ou a transformação das leis de formação dos preços materiais ou simbólicos ligados às manifestações simbólicas (objectivas ou intencionais) da identidade social. Nesta luta pelos critérios de avaliação legítima, os

agentes empenham interesses poderosos, vitais, por vezes, na medida em que é o valor da pessoa enquanto reduzida socialmente à sua identidade social que está em jogo (BOURDIEU, 1998, p. 124).

Acredita-se que a importância desse tipo de discurso de classificação é mais ideológica do que prática, pois os indivíduos e, principalmente os grupos, investem nessas lutas todo o seu ser social. É neste momento que eles definem a idéia que têm de si mesmos, afirmam o que significa “nós” em oposição aos “outros” e de uma forma em que estão tão totalmente ligados que não conseguem se imaginar como sendo outra coisa (BOURDIEU, 1998). A regionalidade é uma forma de identidade altamente valorizada, pois traz consigo elementos não apenas de idioma e bandeira, mas principalmente de etnia e religião, aqueles elementos de identificação primária que estão sendo altamente valorizados devido ao contexto da globalização. Isso, ligado à menor unidade de espaço possível que pode gerar identificação, traz o particular e o singular à sua máxima potência, fazendo com que a diferenciação seja elevada também ao máximo. É a sua identificação como menor unidade de identidade que faz do regionalismo e do localismo um discurso tão importante na contemporaneidade.

Apesar do regionalismo aparecer em muitos discursos como uma oposição ao nacionalismo, ou um aperfeiçoamento deste no que se refere às discussões sobre identidade cultural, acredita-se, como já foi dito, que ambos são discursos bastante semelhantes, atentando-se, no entanto, para a ressalva que foi feita acima. Contudo, algumas contribuições teóricas de Hall (2001) sobre o nacionalismo parecem ser passíveis de contribuir também ao discurso do regionalismo.

Este autor acredita que as identidades nacionais não são coisas com as quais o homem nasce, mas são formadas e transformadas no interior da representação. A nação não é apenas uma entidade política, mas algo que produz sentidos, ou seja, um sistema de representação cultural. E citando Schwarz (1986), afirma que a nação é uma comunidade simbólica e é isso que explica seu poder para gerar um sentimento de identidade e lealdade (HALL, 2001).

As culturas nacionais são compostas não apenas de instituições culturais, mas também de símbolos e representações. Uma cultura nacional é um discurso – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos [...]. As culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre “a nação”, sentidos com os

quais podemos nos identificar, constroem identidades. Esses sentidos estão contidos nas estórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas. Como argumentou Benedict Anderson (1983), a identidade nacional é uma “comunidade imaginada” (HALL, 2001, p. 51).

Hall (2001) em sua obra faz um relato interessante da forma como é contada a narrativa da cultura nacional. Detectam-se cinco momentos principais da construção dessa narrativa. Em primeiro lugar, há a narrativa da nação, tal como é contada e recontada nas histórias e nas literaturas nacionais, na mídia e na cultura popular. Em segundo lugar, há a ênfase nas origens, na continuidade, na tradição e na intemporalidade. A identidade nacional é representada como primordial – ela está lá, na verdadeira natureza das coisas. A terceira estratégia discursiva é construída por aquilo que Hobsbawm e Ranger (1997) chamam de invenção da tradição. Explica-se melhor:

Tradições que parecem ou alegam ser antigas são muitas vezes de origem bastante recente e algumas vezes inventadas [...] Tradição inventada significa um conjunto de práticas [...] de natureza ritual ou simbólica, que buscam inculcar certos valores e normas de comportamentos através da repetição, a qual, automaticamente, implica continuidade com um passado histórico adequado (HOBBSAWM E RANGER, 1997, p. 1).

O quarto exemplo de narrativa da cultura nacional é a do mito fundacional, ou seja, uma estória que localiza a origem da nação, do povo e de seu caráter nacional num passado tão distante que eles se perdem no tempo - não do tempo real, mas de um tempo mítico. Já o quinto discurso é aquele que afirma que a identidade nacional é muitas vezes simbolicamente baseada na idéia de um povo - que Hall (2001) chama de *folk* puro, original. No entanto, no desenvolvimento nacional, raramente esse povo é que persiste ou exercita o poder.

Percebe-se que esse tipo de discurso não é tão recente como aparenta ser e ele busca construir identidades que são colocadas, de modo ambíguo, entre o passado e o futuro. Dessa forma, ele se equilibra entre a tentação por retornar às glórias passadas e às tradições e o impulso por avançar ainda mais em direção à modernidade (ou pós-modernidade). As culturas são tentadas, algumas vezes, a se voltar para o passado, a recuar defensivamente para aquele tempo perdido, quando a nação era “grande” e assim são tentadas a restaurar as identidades passadas. Este constitui o elemento regressivo, anacrônico, da estória da cultura nacional. Mas freqüentemente esse mesmo retorno ao passado oculta uma luta por mobilizar as

peças para que purifiquem suas fileiras, para que expulsem os outros que ameaçam sua identidade e para que se preparem para uma nova marcha para frente (HALL, 2001). Essa ambigüidade entre passado e presente, tradição e modernidade, o de dentro contra o de fora, valorização do eu frente ao outro, que também estão presentes no discurso regional.

Wallerstein (1984) citado por Hall (2001) resume bem esta questão:

Os nacionalismos do mundo moderno são a expressão ambígua [de um desejo] por assimilação no universal e, simultaneamente, por adesão ao particular, à reinvenção das diferenças. Na verdade, trata-se de um universalismo através do particularismo e de um particularismo através do universalismo (WALLERSTEIN, 1984 *apud* HALL, 2001, p. 57).

Para Renan (1990 *apud* Hall, 2001) são três as características principais daquilo que constitui uma cultura nacional como uma “comunidade imaginada”: as memórias do passado, o desejo por viver em conjunto, e a perpetuação da herança.

Hall (2001) sugere que, em vez de pensar as culturas nacionais como unificadas, elas deveriam ser pensadas como constituindo um dispositivo discursivo que representa a diferença como unidade ou identidade. Isso porque, na verdade, todas elas são atravessadas por profundas divisões e diferenças internas, sendo unificadas apenas através do exercício de diferentes formas de poder cultural. Entretanto, as identidades nacionais continuam a ser representadas como unificadas. Acredita-se que é este discurso que está na base do discurso do turismo. Quando apresenta um local, um estado ou um país como tendo determinadas características típicas, trata-se da visão hegemônica a respeito daquele país ou região. Não se pode dizer que o Brasil é o país do futebol e do carnaval, ou que a Bahia é o Estado da alegria e das festas, sem que obviamente este discurso esteja equivocado. As diferenças culturais existem dentro de qualquer território, não importando suas dimensões e, ao adotar o discurso da homogeneização, diversos atores e segmentos sociais se sentirão excluídos dessa representação que reflete uma escolha de quem tem o poder de decidir qual cultura será valorizada em detrimento das outras.

Para Hall (2001) o que acontece nesse processo (e aqui acredita-se que ocorra tanto no de nacionalização quanto no de regionalização) é que uma forma de unificar as culturas tem sido a de representá-las como a expressão da cultura subjacente de um único povo. A etnia é o termo que é utilizado para se referir às

características culturais – língua, religião, costume, tradições, sentimento de pertencimento ao lugar – que são partilhadas por um povo. Uma estratégia que tem se tornado tentadora é, portanto, tentar usar a etnia dessa forma fundacional. Mas essa crença acaba, no mundo moderno, por ser um mito – como é exemplificado pelo próprio autor, na própria Europa Ocidental não existe qualquer nação que seja composta de apenas um único povo, uma única cultura ou etnia. “As nações modernas são, todas, híbridos culturais” (HALL, 2001, p. 62).

Assim, ao discutir se as identidades nacionais estão sendo deslocadas, devemos ter em mente a forma pela qual as culturas nacionais contribuem para costurar as diferenças numa única identidade e a forma como as identidades regionais estão inseridas nesse processo.

Então, ao terem sido explicados os elementos característicos da contemporaneidade; discutida a forma como os Estudos Culturais as analisam e fornecem subsídios para as reflexões sobre a cultura e o turismo; e apresentado o que pode ser compreendido como cultura regional; agora parte-se ao terceiro elemento fundamental para esta contextualização, que é uma breve análise da forma como o turismo se relaciona com a cultura, tendo esta como uma de suas motivações principais.

2.3. O TURISMO

O turismo é uma importante atividade econômica que movimenta dinheiro e pessoas em todo o mundo. Seus aspectos econômicos são amplamente reconhecidos e, muitas vezes, supervalorizados. No entanto, é importante reconhecer que quando se fala em turismo, o termo não pode apenas ser relacionado à atividade turística. Ele também se refere a um importante fenômeno sociocultural que existe há muito tempo. Esses aspectos reunidos são o que faz o turismo ser uma atividade fascinante para os estudos.

Foi a partir da segunda metade do século XX que o turismo começou a se destacar devido, especialmente, à ampliação do direito a férias remuneradas conquistadas pelos trabalhadores. No final do século XX e início do século XXI essa importância tem aumentado devido à ampliação do tempo livre decorrente do desenvolvimento das tecnologias, e também das facilidades proporcionadas pela evolução dos meios de transporte e comunicações.

Para Dias (2003), do ponto de vista sociológico, e levando em conta sua importância social e cultural, o turismo desperta interesse por uma série de motivos: causa impacto nos indivíduos e grupos que se deslocam, provoca mudanças de comportamento, permite obtenção de novos conhecimentos, permite acesso a outras culturas, é meio de difusão de práticas sociais, contribui para a educação e formação daqueles que o praticam, entre outros. Ou seja, o turismo é um fenômeno social complexo e que influencia diversos setores da sociedade.

Este autor explica a origem do entendimento do turismo como um fenômeno social da seguinte forma:

Foi no início do século XIX que surgiu o termo turismo, e pode-se afirmar que a partir daí foi possível distinguir e agrupar um conjunto de atividades que antes do uso desse termo eram conhecidas por outros nomes. Viagens realizadas por motivos religiosos, terapêuticos, culturais, esportivos ou para participação em feiras existiam há muito tempo, e seus desdobramentos econômicos já eram conhecidos desde a Antiguidade pelos gregos e romanos, e mesmo durante toda a Idade Média. Mas, somente com a criação do termo, e o surgimento da atividade turística propriamente dita, cujo marco é a viagem articulada por Thomas Cook, em 1841, é que um conjunto significativo de fenômenos sociais passaram a ser englobados sob uma mesma palavra – turismo. Os fatos sociais englobados nesse novo termo passam, portanto, a fazer parte de um subconjunto de fenômenos perfeitamente identificáveis que denominamos fenômenos turísticos (DIAS, 2003, p. 12).

Banducci Jr. e Barretto (2003) chamam a atenção para o fato de que a primeira abordagem antropológica do turismo só aconteceu em 1963 e que ainda são relativamente poucos os antropólogos que tomam o turismo como objeto de estudo. Os autores destacam que o fenômeno do turismo primeiro chamou a atenção dos economistas e que sua relevância no cenário econômico já tinha sido detectada na Inglaterra no século XVII quando se percebe que, junto com as pessoas que viajavam também se movimentava bastante dinheiro.

Além do óbvio destaque econômico, o turismo:

Ao mesmo tempo constitui um fenômeno social, dado que implica o deslocamento de grandes contingentes de pessoas que passam a ser habitantes temporários de locais nos quais não residem, ocasionando múltiplos impactos nessa sociedade receptora. E é um fenômeno social também porque faz parte das necessidades criadas pelo mundo moderno. A partir do século XIX, o turismo passou a ser a forma mais procurada de lazer, e, na atualidade, fazer turismo tornou-se uma aspiração de todos os incluídos na sociedade global de consumo (BANDUCCI JR. E BARRETTO, 2003, p. 8).

Apesar de que se acredita que muitas vezes os números referentes ao turismo são exagerados, pois os critérios para determinar a quantidade de turistas no mundo é imprecisa devido ao fato de que os critérios definidores são contestados; ou o impacto econômico pode ser exagerado, por entrar na conta do turismo setores econômicos que não estão diretamente ligados à atividade; é inegável que se trata de um fenômeno de deslocamento voluntário de dimensões importantes e que há que se levar em conta o aspecto cultural de que uma grande quantidade de pessoas está entrando (de uma forma ou outra) em contato com sociedades diferentes.

Como o turismo, ou a “turismologia” – conforme Banducci Jr. e Barretto, (2003) –, ainda não possui o status de ciência, os estudos desse fenômeno têm sido feitos pelos mais diversos campos do conhecimento, em caráter multidisciplinar (interdisciplinar ou pluridisciplinar, como preferem outros estudiosos), mas, muitas vezes, marcados pela tensão.

Os planejadores do turismo, responsáveis por construir a oferta turística (seja em empresas privadas ou públicas) – aquilo que é denominado de produto turístico – utilizam-se de várias disciplinas: geografia, história, economia, estatística, planejamento territorial e urbano, marketing, administração, entre outras. Conforme Banducci Jr. e Barretto (2003) atestam, dentro da própria academia, essas disciplinas são postas a serviço dos representantes do *trade* turístico para elaborar estratégias que visam melhorar o desempenho dos diversos “produtos” turísticos no mercado.

No entanto, depois de constituído o produto turístico e de sua venda aos turistas, há resultados decorrentes dessa prática. Esses resultados (ou impactos) positivos e/ou negativos vêm sendo estudados pelos economistas há bastante tempo já que, desde o início do século XX, eles destacavam o papel do turismo na entrada de divisas para equilibrar a balança de pagamentos, nos diversos efeitos multiplicadores na geração de empregos, impostos e dinamização do mercado interno geral.

Esses estudos tiveram um papel relevante na diminuição dos controles e nas exigências do trânsito internacional, beneficiando turistas e empresários de turismo e criando nas populações o imaginário da prosperidade a partir da inserção no mercado turístico (BANDUCCI JR. E BARRETTO, 2003, p. 10).

No entanto, parece que não é esse o caso dos estudos da antropologia, sociologia e geografia, principalmente. Para Banducci Jr. e Barretto (2003, p. 10), por esses campos científicos terem uma grande carga crítica ao sistema, muitas vezes não são vistos como capazes de fornecer dados para um melhor planejamento do turismo. E dentro da própria academia, os estudiosos dessas áreas têm resistência a estudar os fenômenos relacionados ao turismo por vê-lo de uma forma pouco simpática, apenas como uma atividade econômica de conotação “industrial”⁷ e massificada. Isso é uma grande perda para ambos os lados, pois o turismo poderia ser mais bem planejado e compreendido, trazendo benefício tanto a comunidades receptoras quanto aos turistas através de estudos que levassem em consideração todos os seus aspectos constitutivos e seu caráter sistêmico.

[...] os estudos científicos de turismo provenientes da geografia e da antropologia [...] evidenciam a forma irresponsável como alguns empresários de turismo vêm tratando o meio ambiente natural e cultural assim como explorando economicamente os turistas – não raro por meio de propaganda enganosa e superfaturamento dos serviços (BANDUCCI JR e BARRETTO, 2003, p. 10).

O turismo, visto como atividade econômica, é algo bastante complexo, daí a necessidade de estudos sérios e planejamento responsável. Sua importância para a economia tem sido estudada amplamente por diversos cientistas e a Organização Mundial do Turismo – OMT disponibiliza dados de fluxo e receitas consolidados desde a década de 1950 comprovando seu papel como uma das atividades de maior crescimento no mundo (GARRIDO, 2002).

Apenas para se ter uma idéia de alguns números divulgados pela OMT, a instituição afirma que o turismo emergiu como um dos principais setores socioeconômicos mundiais e sua expansão chegou a um índice médio de 4% a 5% ao ano na segunda metade do século XX. A combinação do turismo doméstico com o turismo internacional é agora apontada como o maior “setor”⁸ no mundo. Dados de

⁷ De acordo com Beni (2002) existe uma grande controvérsia em relação à definição econômica do turismo, pois alguns autores, apesar de seu caráter de prestação de serviços tratam-no como indústria e esse termo é bastante corrente na literatura. No entanto, no presente trabalho não será considerada esta terminologia, por entender-se que a denominação “indústria” se refere a um conjunto de operações e processamentos necessários para a transformação de matéria-prima em produtos ou bens materiais industrializados.

⁸ Vale destacar aqui que, à semelhança do que acontece com a utilização do termo indústria, no discurso do turismo e no senso comum, muitas vezes a atividade é citada com um importante “setor” econômico. No entanto, é importante chamar a atenção para que o turismo é uma atividade econômica e não um setor da economia, sendo denominados corretamente desta forma apenas o

1995 apontam que o turismo global gerou um rendimento bruto estimado em 3,4 trilhões de dólares, contribuindo com 10,9% do PIB mundial, criando empregos para cerca de 212 milhões de pessoas e produzindo 637 bilhões de dólares em impostos (OMT, 2003).

A inserção do turismo na economia se dá através da realização do produto turístico (que tem caráter material e imaterial): sua configuração, promoção, venda e consumo, principalmente. E para Silva (2004) isso ocorre através de atividades e serviços relativos ao alojamento - indústria de construção e transformação; à alimentos e bebidas - atividade agrícola e indústria alimentícia; aos transportes - indústria de transformação e de consumo energético, além de serviços; às aquisições de produtos locais - artesanato, indústria de vestuário ou transformação; e às visitas e divertimentos - serviços.

Todas essas atividades são ligadas a uma atração natural ou cultural. Este conglomerado de atividades permite a realização do produto turístico que na sua fase final é atividade produtiva, de serviços. Deste modo, os bens naturais e culturais tornam-se bens diretamente produtivos, participando do processo geral de expansão da economia (SILVA, 2004, p. 263).

Para Beni (2002) existem definições econômicas e definições holísticas do turismo. As econômicas só reconhecem as implicações econômicas ou empresariais do turismo, enquanto as holísticas procuram abranger a essência total do assunto. A primeira conceituação de caráter econômico data de 1910, de autoria de Schullern, define turismo como “a soma das operações, principalmente de natureza econômica, que estão diretamente relacionadas com a entrada, permanência e deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região” (BENI, 2002, p. 34). Já em 1977, McIntosh descreve o turismo de forma mais completa, além da questão puramente empresarial. “Turismo pode ser definido como a ciência, a arte e a atividade de atrair e transportar visitantes, alojá-los e cortesmente satisfazer suas necessidades e desejos” (BENI, 2002, p. 34).

A primeira definição holística é a de Hunziker e Krapf (1942) que definem turismo como “a soma dos fenômenos e das relações resultantes da viagem e da permanência de não-residentes, na medida em que não leva à residência

permanente e não está relacionada a nenhuma atividade remuneratória” (BENI, 2002, p. 36). Tal definição foi reconhecida por várias organizações internacionais.

Beni (2002) explica de maneira bastante detalhada o caráter sistêmico do turismo e de que forma ele se caracteriza por sua natureza econômica, social, cultural e ecológica. Ele explica que, visto como atividade econômica, o turismo compreende uma série de serviços que são oferecidos ao turista, conforme já foi dito. Esse conjunto de serviços que são colocados no mercado constitui a cadeia de sua produção, distribuição, consumo e valor. A conjuntura econômica é condicionante de sua evolução, tanto na ordem micro quanto macroeconômica. Desta forma, é preciso que se compreenda o turismo como uma atividade produtiva, geradora de renda para a população e empresas e que está submetida às leis econômicas que atuam nos demais ramos e setores de produção. Além disso, provoca de forma direta e indireta repercussões econômicas em outras atividades produtivas através do efeito multiplicador e geração de renda para o setor público representada pelos impostos.

No entanto, para Beni (2002), além da visão socioeconômica e ecológica (que não entra no escopo desta dissertação), o aspecto cultural também não pode ser minimizado. Já em 1942, em suas primeiras obras, Hunziker e Krapf determinavam que “sem cultura não há turismo”. E, segundo Sessa (1968 *apud* Beni, 2002), o turismo traz uma dupla contribuição: uma direta, como resultado de uma experiência cultural que enriquece a população visitada e a visitante com a aquisição de valores que ambas possuem; e uma indireta, que consiste no planejamento, antes da viagem. Além disso, o turismo, se adequadamente planejado, pode contribuir para a valorização das culturas por parte da comunidade visitada, a partir do momento em que esta percebe que também há uma valorização por parte dos turistas de seus aspectos singulares, e ocorre sua divulgação em outros lugares.

Assim, é importante que o olhar sobre o turismo enquanto um fenômeno social e cultural, esteja integrado a uma forma de como fazer a atividade funcionar – minimizando impactos ao meio natural e trazendo benefícios econômicos para a comunidade, para turistas e para as empresas privadas e públicas envolvidas no processo. Trata-se de uma tarefa difícil, mas que não irá desaparecer se simplesmente for ignorada. Pelo contrário, o quanto antes o desafio for encarado com seriedade, antes poderão ser encontradas soluções.

2.3.1. O Turismo Cultural

O tema da presente dissertação está diretamente relacionado à utilização de manifestações culturais como produtos turísticos, portanto é preciso explicitar de que formas a cultura pode ser apropriada pelo turismo. A seguir, será verificado de que formas a cultura pode servir como motivação para o turismo.

Vale destacar aqui que, de uma forma bem ampla, pode-se dizer que todo turismo é cultural, pois,

Todas essas movimentações implicam contato humano e cultural, trocas de experiências entre os viajantes e a população local. Essa parece ser a essência mesma do turismo, pois, principalmente com as novas tecnologias, quase tudo se poderia fazer sem sair de nosso ambiente, tanto descansar quanto aprender uma língua estrangeira. Em princípio, portanto, as pessoas só decidem viajar se e quando querem entrar em contato com outros costumes e maneiras de viver, com outros povos e culturas, com outras realidades (FUNARI E PINSKY, 2002, p. 7).

Para estes autores, o fundamental não é o que se vê, mas o como se vê, que caracteriza o turismo cultural. Então, o próprio fato do deslocamento em si já constitui um fato cultural. No entanto, para fins de definição, irá ser considerado que o turismo cultural efetiva-se quando há a apropriação de algo que possa ser considerado como um bem ou patrimônio cultural (material ou imaterial). E, dessa forma, como os aspectos religiosos e simbólicos, assim como suas manifestações podem ser considerados culturais, pode-se afirmar que o turismo religioso e o étnico (considerados como segmentações do turismo ao lado do turismo propriamente dito como cultural) na verdade possuem também caráter cultural.

Beni (2002), que em seus estudos trata esse assunto em termos de vocação turística do núcleo receptor (o que outros autores denominam modalidades de turismo) apresenta uma classificação bastante didática baseada no seguinte critério:

A demanda por Turismo apresenta ainda uma especificidade própria, consoante às diversas motivações, necessidades e preferências dos turistas pelo principal produto permanente ou eventual, que imprime ao Núcleo Receptor sua vocação turística e seu conseqüente poder de atração, permitindo-lhe uma afluência autodeterminada ou dirigida. Decorrem daí vários tipos de Turismo (BENI, 2002, p. 422).

Então Beni (2002) prossegue explicando 36 terminologias que ele identifica como sendo modalidades de turismo. Entre elas estão o turismo cultural, o turismo religioso, o turismo folclórico (e artesanal) e o turismo étnico-histórico-cultural que podem ser relacionados com o que se considera turismo cultural para fins da presente análise.

De acordo com o autor, a modalidade cultural pode ser definida como a afluência de turistas a núcleos receptores que “oferecem como produto essencial o legado histórico do homem em distintas épocas, representado a partir do patrimônio e do acervo cultural, encontrado nas ruínas, nos monumentos, nos museus e nas obras de arte” (BENI, 2002, p. 422).

Em relação ao turismo religioso, ele define:

Refere-se ao grande deslocamento de peregrinos, portanto, turistas potenciais, que se destinam a centros religiosos, motivados pela fé em distintas crenças. Este tipo de demanda tem características únicas levando, por isso, alguns autores a não considerá-los nos estudos de Turismo. Mas, em nosso entendimento, conforme já referido, esses peregrinos assumem um comportamento de consumo turístico, pois utilizam equipamentos e serviços com uma estrutura de gastos semelhantes à dos turistas reais (BENI, 2002, p. 422).

Já quando Beni (2002) define o turismo étnico-histórico-cultural ele se refere ao fluxo de turistas nacionais e/ou internacionais que se deslocam centrados na motivação de busca de suas origens étnicas locais e regionais, e também no legado histórico-cultural de suas ascendência comum. Incluem-se aí ainda aqueles que se deslocam com objetivos eminentemente antropológicos para conhecer *in loco* as características étnico-culturais dos povos que constituem interesse de sua observação.

O autor utiliza uma categoria que ele denomina como turismo folclórico e artesanal que seria a demanda específica por áreas receptoras em que se realizam periódica ou ocasionalmente festividades de cultura popular, com eventos e manifestações - que ele denomina como tipicamente folclóricos - combinados, na maioria das vezes, a exposições e feiras de produtos artesanais e semi-manufaturados (BENI, 2002).

A partir destas definições, pode se ter uma idéia da forma como o discurso do turismo normalmente entende turismo cultural, religioso ou étnico, pois, apesar de cada autor ou profissional da área fazer algumas pequenas distinções

entre os termos, basicamente trata-se de conceitos que possuem reconhecimento por parte dos planejadores da atividade.

No entanto, concorda-se com alguns estudiosos do turismo na academia que sentem necessidade de maior aprofundamento e debate no que se refere ao processo de classificação, principalmente por se tratar de uma visão bastante esquemática e superficial, na qual muitas lacunas precisam ser preenchidas e muitas contradições esclarecidas. Apesar de que a discussão sobre os critérios de classificação do turismo não ser o objeto de análise deste estudo, as modalidades de turismo cultural, turismo religioso e turismo étnico serão um pouco mais discutidas a seguir, de acordo com a visão de vários autores.

De acordo com Rodrigues (2002b) a atividade turística é produto da sociedade capitalista e se desenvolveu sob o impulso de motivações diversas e que incluem o consumo de bens culturais. Para ela, o turismo cultural da forma como se concebe atualmente implica não somente a oferta de espetáculos ou eventos (patrimônio imaterial), mas a existência e preservação de um patrimônio cultural representado por museus, monumentos e locais históricos (patrimônio histórico e material). A autora destaca que, além do seu valor cultural específico para toda a sociedade, do ponto de vista do turismo cultural, esses bens possuem outro valor, o de serem objetos indispensáveis cujo consumo constitui a base de sustentação da própria atividade.

Hoje entendemos que, além de servir ao conhecimento do passado, os remanescentes materiais da cultura são testemunhos de experiências vividas, coletivas ou individualmente, e permitem aos homens lembrar e ampliar o sentimento de pertencer a um mesmo espaço, de partilhar uma mesma cultura e desenvolver a percepção de um conjunto de elementos comuns que fornecem o sentido de grupo e compõem a identidade coletiva (RODRIGUES, 2002b, p. 17).

Para Portuguez (2004), este tipo de turismo pode ser denominado como histórico-cultural. Para ele, alguns fatores que concedem a este tipo de turismo uma grande importância e projeção na atualidade, além de ser um fator operacional de relevância, e que se destacam são: os sítios históricos, com suas formas arquitetônicas, sua cultura, suas manifestações estéticas e muitas outras categorias de materialização do lugar, que só podem ser vivenciadas *in loco* – ou seja, por mais que se reproduzam lugares com a evolução da técnica, da informação e da engenharia – o ato de estar efetivamente em um dado lugar é um elemento de

grande valor simbólico que atribui novos valores e usos para ambientes muito específicos onde tudo ganha um sentido emocional que fortalece suas identidades. No entanto, o autor chama a atenção para o fato de que não são todos os tipos de heranças que despertam o interesse turístico. Muitos lugares possuem belezas e riquezas únicas, mas isso não tem se mostrado suficiente para assegurar o turismo. Os aspectos culturais e históricos podem representar muito para comunidades específicas de acordo com o elenco de fatores que deram origem aos processos responsáveis por sua existência, mas isso não significa que esses aspectos devem ou podem ser absorvidos pela atividade turística.

Segundo Martins (2003) a importância do turismo cultural se dá, principalmente, porque, por mais devassador que o fenômeno do turismo possa parecer no primeiro momento, observa-se que por onde se dá a atividade turística (principalmente a que se relaciona com a cultura), de uma forma ou de outra se dá o despertar de uma consciência de lugar, de ser local e de um sentimento de orgulho, uma visão de povo. Ele acredita que isso se dá por vários motivos: pode ser por conta dos fenômenos sociais que o turismo desperta; de ganâncias econômicas; ou ainda por que o povo percebeu a necessidade de preservar melhor o lugar para si, o que conseqüentemente, gerará mais ganhos para o homem local e para o turista que sai de seu contexto e vem conhecer o outro e provar um pouco do seu jeito. Ele acredita que, independente da forma como essa valorização da cultura aconteça, ela é por si só, um fator positivo que levará à sua perpetuação. Acredita-se que essa afirmação, apesar de ser bastante utilizada no discurso oficial do turismo, no entanto, não pode ser generalizada. Os conflitos econômicos, sociais e culturais, apesar de não poderem ser supervalorizados, nem serem inseridos em uma visão catastrófica do turismo - uma vez que já foi visto que o turismo não pode ser analisado como um fenômeno sociocultural ou atividade econômica de forma isolada do seu contexto - podem levar sim a prejuízos para a comunidade local e sua cultura se mal ou não analisado e planejado.

Na opinião de Pellegrini Filho (1997) não restam dúvidas sobre a evidência do interesse que o patrimônio cultural (da mesma forma que ocorre com o natural) oferece não somente ao turismo, mas, em primeiro lugar, às coletividades. Em sua obra, ele cita e analisa diversos documentos, reuniões e conferências internacionais das mais diversas áreas relacionadas à cultura ocorridas desde a década de 1930, que atestam a relação intrínseca que vem existindo entre cultura e

turismo desde a época em que a atividade teve seu boom no século XX. Para o autor, o turismo é um importante fator auxiliar na proteção de bens culturais.

Barretto (2002) chama atenção para uma outra conceituação ligada ao turismo cultural. Para ela, o patrimônio, tanto no aspecto material quanto no aspecto não material (ou imaterial), pode ser resumido no que a palavra inglesa *heritage* tão bem define: ou seja, legado cultural. Ela defende a possibilidade de uma convivência harmoniosa entre turismo e legado cultural se os planejadores trabalharem as cidades, prédios e monumentos históricos, assim como as manifestações culturais tradicionais, de uma forma responsável como produto turístico e o turismo, por sua vez, sirva como estímulo à manutenção das identidades das populações receptoras.

Esta autora lembra que patrimônio não é um termo de simples conceituação e que possui diversos significados. No entanto, o mais comum é “conjunto de bens que uma pessoa ou entidade possuem. Transportado a um determinado território, o patrimônio passa a ser o conjunto de bens que estão dentro de seus limites de competência administrativa” (BARRETTO, 2002, p. 9).

Ainda de acordo com Barretto (2002), ao analisar o turismo segundo o critério de motivação, observa-se uma quase infinita variedade de possibilidades que, na verdade, podem ser agrupadas em duas grandes divisões⁹, o turismo motivado pela busca de atrativos naturais e o turismo motivado pela busca de atrativos culturais. Então, o que se entende por turismo cultural seria todo turismo em que o principal atrativo não seja a natureza, mas sim algum aspecto da cultura humana que pode ser a história, a religião, o cotidiano, as festas, o artesanato ou qualquer outro dos inúmeros aspectos que o conceito de cultura abrange.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo, o turismo cultural seria caracterizado pela procura por estudos, cultura, artes cênicas, festivais, monumentos, sítios históricos ou arqueológicos, manifestações folclóricas ou peregrinações. Essa definição, para alguns autores, é tão ampla que ocasiona, paradoxalmente, o estreitamento da visão de turismo cultural, quando, no momento o reconhecimento da diversidade torna-se um paradigma e pode-se dizer que, assim como não há turista genérico, não há um turismo cultural genérico (cf. Norris Nicholson, 1997, p. 118-120). Nesse sentido, há até mesmo apelos para que seja realizada uma subdivisão dos conceitos turismo cultural, turismo de arte e turismo histórico, que têm sido usados, às vezes, como sinônimos (BARRETTO, 2002, p. 20).

⁹ Esta autora faz uma discussão sobre as diversas modalidades de turismo em outros livros de sua autoria: *Planejamento e organização do turismo* (1991) e *Manual de iniciação ao estudo do turismo* (1995).

Para Lanfant (1995 *apud* Barretto, 2002), as principais críticas da comunidade acadêmica em relação ao turismo cultural se referem à transformação do legado cultural em bens de consumo. Além disso, por trás do turismo cultural também estaria o discurso da OMT que prega, há décadas, que o turismo será o passaporte para a paz e o entendimento entre os povos, o que até hoje não se verificou. E, não menos importante, a questão de que as culturas não são estáticas, e a identidade dos povos e das pessoas muda ao longo do tempo, portanto não se pode tentar manter a qualquer custo a identidade local engessada nem tentar impedir o processo normal pelo qual pessoas e sociedades evoluem.

Contudo, o aspecto positivo, destacado por Barretto (2002) é que o turismo com base no legado cultural permite que se mantenha, em um lugar específico, um determinado período do tempo, que deu origem à comunidade. A valorização deste tipo de turismo permite que a comunidade, de alguma forma, engaje-se no processo de recuperação da memória coletiva, de reconstrução da história, de verificação das fontes e permite, até mesmo, que muitos membros da comunidade adquiram, às vezes pela primeira vez, consciência do papel que sua localidade representou e/ou representa em determinado cenário e em determinada época.

Gastal (2001) destaca que o turismo cultural era, até pouco tempo atrás, apenas uma das segmentações pelas quais os teóricos e estatísticos procuravam classificar as diferentes motivações nos deslocamentos das pessoas. Porém, hoje, o fator cultural ganhou novos espaços de práticas e teorizações, estando presente nos projetos turísticos tanto na sua concepção inicial, na etapa de planejamento, quanto nos desdobramentos da gestão e do marketing turístico. Isso porque as novas exigências do público consumidor da atividade – os turistas – levam os profissionais da área e estudiosos do tema a repensar a cultura não apenas como uma motivação para a viagem, mas como um “insumo” específico, ao lado dos atrativos naturais, da infra-estrutura e dos serviços, nas formatações dos produtos e destinos turísticos. Além disso, ela destaca que o caráter cultural relacionado ao turismo não está somente presente no dito turismo cultural, pois este tipo de apelo foi ampliado para as demais modalidades. Atualmente o turismo de negócios, o turismo de eventos, o turismo rural, o turismo ecológico, o turismo de aventura, entre outros, têm como produtos agregados aqueles de apelo cultural e artístico, como por exemplo: gastronomias locais e étnicas, artesanato, manifestações folclóricas e populares.

Do ponto de vista da gestão e planejamento do turismo enquanto atividade econômica, Gonçalves (2005) chama a atenção para os perigos da utilização da cultura como estratégia turística. Para a autora, a regeneração de cidades a partir de projetos de esporte, cultura e turismo tem sido um instrumento estratégico utilizado por diversas localidades, tanto no nível internacional como nacional, para o relançamento e diferenciação de suas sociedades.

O patrimônio cultural assume-se, cada vez mais, como elemento estratégico de gestão e planejamento das cidades. O turismo associou-se ao patrimônio cultural, oferecendo uma grande variedade de produtos culturais. No entanto, esta relação de associação entre turismo e patrimônio tem sido bastante questionada. A sustentabilidade do turismo com base nos recursos culturais e patrimoniais pressupõe a definição de estratégias e políticas integradas, em que o patrimônio cultural seja considerado um elo agregador do passado colectivo da comunidade (GONÇALVES, 2005, p. 45).

Contudo, em seus estudos, Gonçalves (2005) detectou que os debates correntes na gestão do patrimônio cultural apontam para os seguintes problemas principais: risco de “museificação/banalização”, competição do espaço urbano, desertificação dos centros históricos, gentrificação, perda de autenticidade, dificuldades de sustentabilidade do turismo cultural e da capacidade de carga, entre outros.

Percebe-se que, a partir de apenas alguns autores apresentados, muitos dos problemas e benefícios do chamado turismo cultural são comuns, assim como os questionamentos a respeito de sua classificação e características. Conforme apontam algumas idéias apresentadas, acredita-se que o turismo cultural - que pode ser chamado também de histórico-cultural ou de legado cultural - engloba aspectos referentes à busca por conhecer o patrimônio histórico-cultural material e imaterial de uma localidade que não aquela em que se vive.

Dessa forma, os chamados turismos religioso e étnico podem ser considerados como formas de turismo cultural. No entanto, como no discurso do turismo mais recente, eles têm se destacado e se tornaram objeto de estudos específicos por parte de alguns autores, serão apresentadas algumas das discussões particulares que têm sido feitas a seu respeito.

2.3.2. O Turismo Religioso

Segundo Rodrigues (2002a) as peregrinações religiosas devem ser compreendidas como fluxos turísticos e ter seus impactos socioculturais analisados, uma vez que seu caráter profano – a festa – também funciona como motivação para viagens a determinados locais.

No entanto, para Steil (2003) ainda existe muita confusão entre as categorias peregrinação, romaria e turismo religioso que são, muitas vezes, utilizadas como sinônimos, recobrando um universo bastante extenso de práticas sociais.

Peregrinação remonta ao vocábulo latino *peregrinus* que significa “o estrangeiro, aquele que vive alhures e que não pertence à sociedade autóctone estabelecida, [...] aquele que [...] percorreu um espaço e, neste espaço, encontra o outro” (DUPRONT, 1987 *apud* STEIL, 2003). Ou seja, o termo está associado à idéia de um caminho que leva ao encontro do outro. Como construção social, Steil (2003) afirma que se pode dizer que recobre uma vasta e variada gama de experiências históricas e contemporâneas de deslocamentos sazonais por motivos de devoção e culto.

Romaria se apresenta como uma especificidade das línguas espanhola e portuguesa. Enquanto peregrinação (e seu correspondente *peregrinación*) é usado geralmente para designar jornadas de longa distância para santuários mais importantes, os deslocamentos mais curtos, que envolvem participação comunitária e combinam aspectos festivos e devocionais, são denominados romarias (NOLAN E NOLAN, 1989 *apud* STEIL, 2003). Outra tendência observada é de associar as romarias ao popular tradicional em oposição ao institucional moderno. Para Sanchis (1983 *apud* Steil, 2003, p. 33) romaria pode ser definida como “uma peregrinação popular a um lugar tornado sagrado pela presença especial de um santo”. No entanto, o próprio autor reconhece que à volta deste núcleo religioso e popular se agregam outros tipos de manifestações, a cargo da administração local e/ou regional que escapam à escala e ao modelo de romaria.

Já o termo turismo religioso possui uma conotação secularizada e remete a uma estrutura de significado que se afirma de fora para dentro do campo religioso. Isto é, Steil (2003) defende que o turismo religioso é externo a essas categorias, sendo utilizado preferencialmente em contextos político-administrativos. Segundo o

autor, enquanto as peregrinações e romarias tendem a ser vivenciadas como um ato religioso de imersão no sagrado, o turismo, mesmo quando denominado como religioso, caracteriza-se pela externalidade do olhar, que é fundamental para que um evento possa ser considerado como turístico. Isso significa que, se a experiência da peregrinação ou da romaria está centrada na participação, o turismo está mais associado ao espetáculo.

Para Steil (2003) vale destacar que, ao contrário da resistência dos agentes religiosos, do ponto de vista de políticos e administradores locais, especialmente em pequenos e médios municípios brasileiros, tem sido feito um grande esforço para transformar os eventos religiosos em eventos turísticos. Eles são em grande parte motivados por aquele discurso do turismo como alternativa para o desenvolvimento, tendência que é impulsionada pela crise que afeta o setor agrícola e as pequenas e médias empresas no país que são a base de sustentação econômica para a maioria desses municípios.

Segundo Abumanssur (2003), desde sempre o ser humano desloca-se pelo planeta em busca do sagrado para “adorá-lo, consultá-lo, festejá-lo ou conhecê-lo”. Para ele, o fenômeno religioso – peregrinações, romarias e devoções – e a conseqüente estrutura da hospitalidade que o envolve é o que leva a questionar o que vem a ser a novidade do chamado turismo religioso.

Tratar o evento da peregrinação em sua dimensão religiosa abre o espectro de análise para que sejam incorporadas, além do lazer e do consumo, também as tensões e as contradições dos agentes envolvidos, como elementos constitutivos desse tipo de vivência da fé, ou seja, a romaria é um fenômeno religioso que traz em si a complexidade do próprio campo onde se insere. Nesse caso, o turista religiosamente motivado é mais do que um trabalhador em férias. Ele é foco de convergência de transformações no campo religioso, reunindo e resumindo em sua prática de fé as atitudes que reconfiguram esse campo e expressam as formas como a religião é vivenciada em nossa modernidade. Embora o peregrino moderno transcenda as fronteiras dos estudos sobre turismo, é preciso reconhecer que tratar as peregrinações como “turismo religioso” só se tornou possível após o surgimento das massas de trabalhadores que desde a revolução industrial vêm conquistando, aos poucos o direito ao lazer (ABUMANSUR, 2003, p. 55).

Na visão deste autor, com a qual se concorda aqui, nesse contexto pode ser afirmado que o turismo religioso e o turismo de massa são resultados do mesmo processo histórico. Isso porque, o produto turístico religioso sofre a mesma padronização da oferta. Mas a peregrinação não se torna turismo religioso apenas

pela ação ou tratamento dado a ela pelos agentes e gestores do turismo no plano empresarial ou da administração pública. O próprio peregrino na atualidade comporta-se como um turista à medida que a religião mesma se torna um objeto de consumo (ABUMANSSUR, 2003).

Silveira (2003) faz uma reflexão sócio-antropológica bastante crítica da relação entre turismo e religião no contexto pós-moderno. Para ele, nesta rede de relações, a cultura e o espaço tornam-se objetos a serem vendidos e consumidos. Ele inicia sua discussão questionando, primeiramente a imagem de evolução que prevalece nos esquemas explicativos sobre o desenvolvimento histórico do fenômeno turístico.

Nesse horizonte, complexos fenômenos são agrupados por meio do rótulo “evolução histórica do turismo”. O turismo “evoluiria” desde o mundo helênico, passando pelo Império Romano e Idade Média até os dias atuais. Tal argumento seria uma grande narrativa, uma estratégia de legitimação daqueles que compõem o “campo turístico” no sentido que Bourdieu (1978) empresta, um espaço no qual agências, instituições e profissionais lutam entre si e com outras áreas para afirmar sua identidade e seu poder. No entanto, não deixa de ser errôneo enxergar “fatos turísticos” em Roma, ou na Grécia ou enxergar, nas hospedarias e peregrinações da Idade Média, “turismo religioso” (SILVEIRA, 2003, p. 72).

Para este autor, religião e turismo são fatos históricos datados, originados de uma intrincada teia de relações sociais, econômicas e culturais. E acredita que, em uma análise um pouco mais profunda, é possível perceber que ainda falta consistência epistemológica e metodológica que qualifique o termo turismo religioso, ou seja, este ainda não possui legitimidade científica, sendo muito mais uma categoria nativa. Silveira (2003) defende a necessidade de aprofundar as pesquisas e não tomar o termo como se fosse algo verdadeiro ou já estabelecido – sintoma do processo que a antropologia denomina reificação – tornando a categoria algo tão natural que sua existência pareça óbvia.

Segundo Silveira (2003) alguns problemas do chamado turismo religioso seriam: o universo das crenças torna-se desobrigado de um comprometimento com a dimensão normativa da religião, ligando-se à dimensão lúdica; implicações de questões éticas e de disputa de poder entre instituições religiosas e laicas; eventos e lugares passam a ser “turistificados” (incluídos no rol de atrações turísticas) perpassando a religião, etc. E todo esse campo em transformação é composto não

só por motivações religiosas, mas também políticas, econômicas e culturais, tornando quase impossível a tarefa de separá-las.

A seguir serão apresentadas algumas idéias relacionadas ao chamado turismo étnico, mas, se o turismo religioso é um assunto novo e que não conta com muitas análises científicas entre turismo e religião, ainda menos estudos existem sobre a relação entre turismo e etnicidade.

2.3.3. O Turismo Étnico

Em primeiro lugar, é importante definir o que se entende por etnicidade, o conceito que está na base do termo turismo étnico, para posteriormente explicar como este se relaciona com o turismo, através de um breve histórico.

De acordo com Poutignat e Streiff-Fenart (1998), que falam a partir da perspectiva francesa, o termo etnicidade tem uma utilização completamente nova na literatura científica desse país. Apesar de ter sido introduzido no meio acadêmico francês em 1981, durante uma mesa redonda organizada por Françoise Morin na Associação Francesa dos Antropólogos, permaneceu pouco utilizado até recentemente no vocabulário sociológico ou etnológico, e só atualmente começou a ser utilizado nos estudos sobre imigração, racismo, nacionalismo e violência urbana.

No entanto, de acordo com os autores, em sua forma inglesa, as primeiras utilizações comprovadas do termo nas ciências sociais datam de 1940. Em suas primeiras acepções, etnicidade designava simplesmente a pertença a um grupo outro que não anglo-americano – o único grupo branco a não ter uma “origem nacional” – e era utilizado como uma variável independente entre outros (especialmente raça e religião) cujo efeito sobre o comportamento dos indivíduos era estudado (POUTIGNAT E STREIFF-FENART, 1998).

Ainda segundo Poutignat e Streiff-Fenart (1998), as duas primeiras definições não-tautológicas da noção que são registradas são as de Wallerstein (1960) e a de Gordon (1964) que partem de contextos muito diferentes – a sociedade americana para Gordon e a África do oeste para Wallerstein – e utilizam o termo etnicidade para designar não a pertença étnica, mas os sentimentos que lhe estão associados: o sentimento de formar um povo¹⁰ partilhado pelos membros dos

¹⁰ *Sense of peoplehood.*

subgrupos no interior das fronteiras nacionais americanas; ou o sentimento de lealdade¹¹ manifestado em relação aos novos grupos étnicos urbanos pelos africanos destribalizados.

No entanto, o termo etnicidade se impõe realmente nas ciências sociais norte-americana a partir da década de 1970 quando, a partir daí, se consolida e começa a crescer, o que pode ser comprovado pela criação de uma revista especializada¹² e por um número impressionante de obras¹³, na maioria das vezes coletivas (POUTIGNAT E STREIFF-FENART, 1998).

Se o estudo da etnicidade é algo recente, que vem se fortalecendo apenas desde a década de 1970, pode-se imaginar que os estudos que a relacionam com o turismo também seja algo novo. No Brasil, um dos poucos estudiosos que vem pesquisando, publicando artigos e apresentando trabalhos em eventos sobre o tema é Grūnewald (2003, entre outros¹⁴). A pouca produção pode ser resultado da resistência dos estudiosos da área de antropologia em estudarem o fenômeno turístico, conforme já foi dito. No entanto, esse assunto parece ter começado a despertar o interesse de acadêmicos de diversas áreas a partir do ano 2000.

De acordo com Grūnewald (2003) uma perspectiva produtiva da relação entre o turismo e o étnico, que se inicia ainda na década de 1970, reforça a etnicidade promovida entre certas populações com um reforço de certas tradições (no caso das artes étnicas) que passaram à condição de chamariz turístico, e assim também participando da perspectiva do desenvolvimento local do turismo.

Se o exótico, o outro, é procurado em lugares distintos do de origem do visitante, os habitantes desses lugares, de acordo com a perspectiva turística, devem se promover como esse exótico, a fim de ser atrativo no mercado turístico. Devem ter sinais diacríticos a exibir, a serem consumidos nesse amplo mercado. A construção, promoção ou fortalecimento de sinais diacríticos que caracterizam (que definem culturalmente) um povo é o próprio âmbito da etnicidade. Mas note-se que essa etnicidade não se

¹¹ *Feeling of loyalty.*

¹² *Ethnicity* (criada em 1974).

¹³ Poutignat e Streiff-Fenart (1998, p. 24) citam como exemplo de obras publicadas neste período: Van den Berghe (1970), Te Selle (1973), Greeley (1974), Bell e Freeman (1974), Cohen (1974), Glazer e Moynihan (1975), Despres (1975), Bennet (1975), Henry (1976), Said e Simmons (1976), Giles (1977), Gordon (1978) e Holloman e Arutinov (1978).

¹⁴ Do mesmo autor:

GRŪNEWALD, Rodrigo de Azeredo. *Os índios do descobrimento: tradição e turismo*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2001.

_____. *Os Pataxó e os fluxos coloniais*. In: Encontro Anual da ANPOCS, 26, 2002, Caxambu.

_____. *Tourism and cultural revival*. *Annals of Tourism Research*, v. 29, p. 1004-1021, 2002.

refere estritamente à etnicidade clássica colonial, ou seja, não estou aqui me referindo só a grupos de nativos, mas a diversas formas de construção de fronteiras de grupos sociais que se fixam em linhas étnicas. Trata-se, conforme perspectiva de Hall (1991a, 1991b), não mais de etnicidades acionadas contra o imperialismo colonial, mas de “novas etnicidades” que, sem negar essa primeira forma de alinhamento, emergem de forma fragmentária, com segmentações internas e, em muitos casos, não conseguindo operar como totalidades. São movimentos localizados de emergência de novos sujeitos sociais, novas etnicidades, novas comunidades em posições subalternas que tentam falar de si mesmos contra o mundo anônimo e impessoal das forças globalizadas presentes na diversidade do mundo pós-moderno. A etnicidade, aí, seria o lugar ou o espaço necessário a partir do qual as pessoas falam (GRÜNEWALD, 2003, p. 144).

Grünewald (2003) cita que Van den Berghe (1994) já sustentava que turismo é sempre uma forma de relações étnicas, e isso seria duplamente verdadeiro no caso do turismo étnico. No entanto, ele afirma que foi Graburn (1976) o pioneiro ao elaborar um conjunto de suposições sobre identidade e artes étnicas em relação com o turismo, reunindo em uma coletânea vários estudos de casos dispostos regionalmente.

Para o autor, o turismo pode ser responsável por promover a restauração, preservação e recriação de atributos étnicos. Assim, o que ele chama de “eticidade reconstruída” – as identidades turísticas que emergem em resposta às pressões da “cultura branca” e do turismo – se resume na manutenção e preservação de elementos étnicos para persuasão ou divertimento, não de outros específicos, como no caso da etnicidade construída, mas de um outro “generalizado”. Dessa forma que os itens de cultura podem ser ressignificados como mercadorias (GRÜNEWALD, 2003).

Em tal contexto, ganha expressão o rótulo de turismo étnico. Van den Berghe e Keyes (1984) lembram que parte do exotismo buscado pelas crescentes hordas de turistas é inerente à fronteira étnica que separa o turista do nativo. Turismo necessariamente envolve contato com nativos através de uma barreira cultural. Isso é verdade mesmo em situações onde o turista não busca ativamente exotismo étnico, e está primariamente interessado em paisagens, monumentos... (GRÜNEWALD, 2003, p. 148).

Um aspecto importante do interessante estudo de Grünewald (2003) é o fato de que ele destaca que nem todos os nativos da comunidade étnica se engajam na etnicidade direcionada para o turismo, mas os que o fazem acabam por formar uma outra comunidade, a turística, que, por se constituir e se apresentar por linhas étnicas, poderia ser chamada de “comunidade etnoturística”. Para o autor, há

etnicidade aí e a identidade étnica construída nesse palco também é legítima e autêntica na medida em que autênticos e legítimos são os turismos nesses espaços sociais. Este é considerado por ele “o mais próprio turismo étnico, pois querer sair da fachada e penetrar nas profundezas da vida nativa é coisa para antropólogo, e não para turista” (GRÜNEWALD, 2003, p. 154)

Acredito ainda que a recorrência de menções a termos como ilusório, virtual, falso, inautêntico, pseudo, simulacro, etc. para referência às experiências etnoturísticas nessas arenas são inadequadas e emperram a concentração de esforços intelectuais para aquilo que deve prevalecer: a atenção sobre a prática turística desenvolvida com a cumplicidade entre atores e platéia (GRÜNEWALD, 2003, p. 156).

Gobbi (2003) utiliza também em seu texto uma referência bastante citada por Grünewald (2003) no que se refere à relação entre etnicidade e turismo, que é MacCannell¹⁵ (1976, 1988, entre outros). Este autor defende que a hipótese de fundo que motiva o turista a se deslocar é o desejo de experimentar interações autênticas com outros, durante as quais possa participar e ver a vida cotidiana em um entorno diferente do seu de origem. No entanto, conforme já foi visto, esse contato normalmente tem limites.

O turismo étnico pode ser considerado, pelo que já foi apresentado, como uma tendência relacionada ao turismo cultural (apesar de não poderem ser considerados sinônimos) e, por se tratar de um termo que passou a ser utilizado recentemente, não conta com uma definição oficial, e muito pode ser especulado a respeito do seu real significado. A conceituação de modalidades de turismo, conforme observado em diversos casos, normalmente é um assunto bastante delicado, pois a abordagem varia de acordo com os diversos autores. Este fato já foi observado nos casos de definição de termos como ecoturismo, turismo ecológico, turismo alternativo, turismo sustentável, turismo esportivo, turismo de aventura, entre outros.

Para Santayana (1994) a associação dos grupos humanos com o espaço que ocupam é o primeiro traço identificador das etnias. Os outros seriam a língua, os costumes e os instrumentos de vida, mas todos eles relacionados de uma forma ou

¹⁵ Ver do mesmo autor (MACCANNELL, Dean): *Turismo e identidad cultural* (1988), *Staged authenticity* (1976), citados por Gobbi (2003); *Cannibalism today* (1992), *Postmodern community planning: notes on the homeless and other nomads* (1992); *Reconstructed ethnicity: tourism and cultural identity in Third World communities* (1992), *The Locke case* (1992), citados por Grünewald (2003).

outra ao espaço circundante. No entanto, essa associação com o espaço não precisa ser necessariamente presencial. Ela se refere, principalmente, ao sentimento de pertencimento a um determinado local.

Para este autor, a principal diferença entre turismo cultural e turismo étnico seria, na verdade, relacionada às questões de cultura dominante, ou hegemônica, e a cultura de minorias (o que muitas vezes, no turismo, é tratado como “cultura exótica”). Assim, o turismo étnico pode ser considerado como estando voltado para aqueles visitantes que desejam vivenciar e experimentar culturas particulares, minoritárias, que resistem dentro de sociedades que possuem uma cultura hegemônica e, por isso, mantêm traços que possivelmente ainda não foram apagados pela globalização, por não terem se inserido na cultura dominante.

Um dos aspectos que mais despertam interesse, como foi possível perceber por algumas das características apresentadas tanto do turismo cultural, quanto do religioso e do étnico, são as expressões relacionadas às festividades tradicionais das comunidades que são visitadas pelos turistas. A seguir, a presente dissertação se ocupa em traçar um breve histórico e contextualização das festas, para poder chegar à sua efetiva utilização como produto ou atrativo turístico.

3. AS FESTAS

3.1. BREVE INTRODUÇÃO À TEORIA DA FESTA

Ao apresentar seu livro sobre festas, uma coletânea de artigos de diversos estudiosos do assunto, Cunha (2002) chama a atenção para uma das questões que tem sido o grande foco dos debates sobre o tema: a dificuldade de explicar o que vem a ser festa e uma teoria capaz de unificar seus estudos.

A festa, dita assim no singular, foi freqüentemente tomada por historiadores como um tipo de ocasião dotado de funções e formas comuns em qualquer sociedade – eternos rituais de inversão, momentos universais de suspensão de conflitos e regras, ou de fusão das diferenças em uma única torrente burlesca, ou satírica, cujas mudanças só podiam ser observadas na longuíssima duração. Serviu mesmo, neste registro, como tema de congressos internacionais e publicações cujo objetivo parecia residir na busca de elos imemoriais, quase naturais, capazes de unir significados de diferentes tempos e contextos: bacantes em saturnais, romeiros portugueses com seus fadinhos e devoções, raivosos charivaris, homenagens a el-rei organizadas pelas mais influentes corporações de ofício e instâncias do poder oficial, ou batuques de negros vestidos de penas que fizeram do calendário festivo dos senhores mais do que um lenitivo para sua dura rotina de trabalho. Lugar quase sagrado da tradição e da permanência, onde velhos deuses fazem sua constante reaparição, a festa constitui, nesta ótica, uma espécie de repositório da continuidade para o qual muitas imagens, metáforas e exercícios morfológicos continuam sendo empreendidos (CUNHA, 2002, p. 11).

Para a autora, não há como tratar das festas como um objeto de análise capaz de esgotar-se em si mesmo, ou um campo de estudos específico e auto-suficiente. É preciso perseguir as dimensões particulares das sociedades nas quais as celebrações se produziram e enfatizar a diferença mais do que a continuidade. Não se pode falar *da* festa, pois nenhum atributo universal pode ser encontrado *nas* festas, e sim diversas possibilidades de leituras e interpretações das diversas ocasiões festivas (CUNHA, 2002).

Diante destas dificuldades, o que se fará a seguir, será a reunião de algumas idéias apresentadas por alguns poucos autores que realizaram trabalhos importantes em locais e épocas diferentes, mas que reuniram informações e emitiram opiniões que direcionam o pensamento que está na base do presente estudo. Em primeiro lugar se apresentarão algumas idéias gerais do que vem a ser a festa e, em seguida, se passará a uma discussão inicial a respeito do que é popular,

sagrado e profano no que se refere às festas. Essa introdução teórica geral servirá para formar a base para a discussão sobre as festas baianas.

Para a compreensão do que se denomina festa (e vale destacar que sua obra estuda o contexto brasileiro a partir do Rio de Janeiro), DaMatta (1997) inicia pela discussão sobre rotinas e ritos. Ele explica que em qualquer sociedade há uma classificação dos eventos sociais segundo sua ocorrência.

DaMatta (1997) chama a atenção que, no Brasil, muitas vezes o uso da palavra ritual está associado a momentos marcados pelo comportamento solene. Mas, na verdade, ele pode ser utilizado de uma maneira informal, em situações de festas; ou de uma maneira formal, para as situações que pedem solenidade.

No que se refere aos eventos sociais, o autor destaca dois princípios importantes: o primeiro é relacionado à separação nítida entre um domínio do mundo cotidiano e outro – que é o universo dos acontecimentos extraordinários. E segundo ele, a passagem de um domínio ao outro é marcada por mudanças de comportamento que criam condições para que eles sejam percebidos como especiais. Este, precisamente, seria o universo das festas e solenidades. O segundo princípio é a constatação de que o domínio do extraordinário é segmentado.

Nele estão contidos eventos previstos e imprevistos pelo sistema social. E, na categoria dos eventos previstos e constituídos explicitamente pela própria sociedade, uma dicotomização entre os acontecimentos altamente ordenados (as cerimônias, solenidades, congressos, aniversários, funerais, reuniões etc.), dominados pelo planejamento e pelo respeito (expresso na continência verbal e gestual), e os eventos dominados pela brincadeira, diversão e/ou licença, ou seja, situações em que o comportamento é dominado pela liberdade decorrente da suspensão temporária das regras de uma hierarquização repressora (DAMATTA, 1997, p. 49).

Segundo DaMatta (1997) as festas normalmente são compreendidas como momentos extraordinários marcados pela alegria e por valores considerados altamente positivos, enquanto que a rotina da vida diária é vista como negativa.

Para o autor, contudo, um dos problemas mais visíveis na teoria dos rituais é a sua concepção como um tipo de ação especial e/ou como um momento substantivamente diferente. Ele acredita que, na verdade, existem tantos rituais quanto são os momentos ou domínios percebidos e classificados do mundo social. Para cada domínio estabelecido, descoberto ou por descobrir, a palavra ritual pode ser aplicada, pois um rito pode nascer do mesmo. “Em outras palavras, todas as esferas do mundo social podem ser vistas como capazes de engendramos ‘ritos’. É

claro que isso depende do modo pelo qual se define ‘ritual’” (DAMATTA, 1997, p. 72).

As festas (principalmente quando possuem um caráter religioso) normalmente são associadas a rituais – e muitas vezes àqueles com características solenes, como explica DaMatta. No entanto, suas idéias aproximam o ritual do cotidiano, retirando esse caráter de extraordinário e solene, e aproximando-as da realidade, do dia-a-dia das comunidades.

O autor chama a atenção para o aspecto combinatório do momento que é chamado de ritual. Ele revela que os ritos não parecem ser momentos substantivamente diferentes daqueles do mundo cotidiano, mas combinações desses momentos. O clima do ritual é dado não por meio de transformações essenciais do mundo e das relações sociais, mas por meio de manipulações dos elementos e relações desse mundo. “Os rituais seriam, pois, modos de salientar aspectos do mundo diário [...]” (DAMATTA, 1997, p. 83).

Muitos estudiosos têm se debruçado sobre as relações entre as festas e as relações sociais nas diversas sociedades. Amaral (1998), em sua tese de doutoramento que trata da festa “à brasileira”, traça um histórico bastante completo do que tem sido escrito a respeito deste tema e algumas de suas idéias serão apresentadas a seguir, de forma resumida.

A primeira coisa que Amaral (1998) destaca é que, se a festa é um forte elemento constitutivo do modo de vida do brasileiro, não se pode esquecer que ela se dá de modos e com fundamentos diferentes para os vários grupos que a realizam. Em segundo lugar, a autora destaca o fato de que a festa possui importância por três motivos fundamentais: por sua dimensão cultural – coloca em cena valores, projetos, arte e devoção de um povo; como modelo de ação popular – tem sido, em várias ocasiões, um modo de concentração e investimento de riquezas em benefícios sociais; e como espetáculo – produto turístico capaz de revigorar a economia de muitas cidades, conforme ela tenta demonstrar em sua tese.

De acordo com Amaral (1998) faltam reflexões teóricas sobre as festas, pois estas aparecem normalmente como um tópico inserido nos estudos dos rituais ou das teorias sobre religião. Dessa forma, o conjunto de estudos sobre festas é composto por capítulos ou trechos de obras cujos temas nem sempre são relacionáveis entre si, dispersos em bases antropológicas, filosóficas, sociológicas, históricas, literárias, entre outras.

A autora destaca que foram os comentários de Durkheim que, em 1912, com a obra *Les formes elementaires de la vie religieuse*,¹⁶ que iniciaram os estudos que relacionavam ritual e festas e se tornaram base comum na bibliografia posterior. Para Durkheim (1968 *apud* Amaral, 1998) uma característica importante de toda religião é exatamente o elemento recreativo e estético. Assim, para este autor e os demais que lhe seguiram, as principais características de todo tipo de festa são: a superação das distâncias entre os indivíduos; a produção de um estado de efervescência coletiva; e a transgressão das normas coletivas. Isso porque, no divertimento em grupo, do mesmo modo que ocorre na religião, o indivíduo “desaparece” no grupo e passa a ser dominado pelo coletivo.

Outro aspecto apontado por Amaral (1998) é que a maioria dos estudos tratam a festa como divertimento, e oposição à vida séria, não tendo em princípio nenhuma utilidade. No entanto, por este pensamento, a festa não pode ser considerada inútil, pois teria uma função importante, já que, ao final das cerimônias e das festas, os indivíduos voltariam à vida séria com mais coragem e disposição, depois de terem relaxado e se divertido um pouco.

De acordo com Duvignaud (1983 *apud* Amaral, 1998, p. 31) o poder da festa não é exclusivo de algumas culturas, mas perpassa todas elas. A festa evidencia as “capacidades que têm todos os grupos humanos de se libertarem de si mesmos e de enfrentarem uma diferença radical no encontro com o universo sem leis e nem forma que é a natureza na sua inocente simplicidade”.

Em relação ao processo de transformação pelo qual passam algumas festas e que preocupa, principalmente, antropólogos e estudiosos de outras áreas relacionadas à cultura, a opinião de Amaral (1998, p. 34) é de que, como tudo indica, “o capitalismo cooptou as festas populares e foi cooptado por elas, mas também o povo vem reinventando suas festas nas novas condições de vida resultantes de novos contextos econômicos e sociais”. E destaca que, como no caso brasileiro, os estudos da festa se ligam essencialmente à religião – embora nem sempre o sentimento de participação do universo religioso que envolve a festa seja uma realidade, conforme ela afirma – é importante compreender que um de seus

¹⁶ DURKHEIM, Émile. *As formas elementares de vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

aspectos mais tematizados é o das relações entre festa e ritual – como já foi visto em DaMatta (1997).

Segundo Amaral (1998) em geral, no Brasil, as festas têm dupla finalidade. Apesar de a grande maioria delas permanecerem tendo caráter religioso, possuem aspectos bastante secularizados, que chegam a criar conflitos com a Igreja. Isso porque, muitas vezes, a participação popular se dá mais pelo aspecto turístico, do divertimento e da alegria, do que pela questão propriamente religiosa. Além disso, disputas pelo controle político e econômico das festas também são freqüentes – tanto no catolicismo popular quanto nos cultos afro-brasileiros.

A autora lembra que, se foi Durkheim quem primeiro observou a função recreativa e libertadora das festas – religiosas ou não – foi Freud (1974 *apud* Amaral, 1998, p. 37) quem propôs pela primeira vez uma definição: “um festival é um excesso permitido, ou melhor, obrigatório, a ruptura solene de uma proibição”. E destaca também seu caráter simbólico: “festeja-se sempre algo, mesmo quando o objeto seja aparentemente irrelevante” (AMARAL, 1998, p. 39) e o seu caráter social total: “no limite, tudo é festa durante o tempo da festa” (AMARAL, 1998, p. 40).

Duvignaud (1976 *apud* Amaral, 1998) faz uma classificação das festas nas quais a participação é o elemento principal dividindo-as em festas de participação e festas de representação. Entre as festas de participação incluem-se as cerimônias públicas das quais participa a comunidade em seu conjunto. Os participantes são conscientes dos mitos que são representados, assim como dos símbolos e rituais. Nas festas de representação, encontram-se aquelas que apresentam atores e espectadores. Os atores participam diretamente da festa organizada para os espectadores e, estes últimos, participam indiretamente do evento ao qual eles atribuem, entretanto, uma dada significação e pela qual são mais ou menos afetados. Os participantes são em número limitado e os espectadores são mais numerosos (especialmente hoje em dia, com a divulgação desses eventos pelos meios de comunicação e turismo de massa). Contudo, o fundamental é que tanto os atores quanto os espectadores são conscientes das “regras do jogo”, mas cada um deles percebe o evento de modo diferente, de acordo com o papel que desempenham. Essas relações peculiares são o que fazem das festas um tema complexo para ser estudado.

É necessário admitir, assim, que a festa é mais que seu momento, envolvendo dimensões complexas, e que a análise atual é apenas um aspecto de uma busca de sentido mais vasta: tenta-se explicar a festa, mas ela é uma questão colocada à nossa civilização há dois ou três séculos. Sem resposta. Interrogação tanto mais intrigante e surpreendente quando se pensa a festa em momentos em que a economia de mercado e o crescimento industrial criaram condições sociais que tenderiam a eliminar estas manifestações que caracterizariam as sociedades não dominadas pela produtividade e racionalidade ocidentais (AMARAL, 1998, p. 44).

O que torna o estudo sobre festas mais contraditório e interessante é que, ao analisar vários autores que se referiram a este tema, Amaral (1998) aponta que está claro que existe alguma coisa que impede que se busque sua essência comum em todas as culturas e, ao mesmo tempo, comum a todas as festas. Ou seja, uma festa não se permite confundir com outra, embora seja possível reconhecer traços em comum entre elas. Além disso, e apesar de suas particularidades contextuais, pode-se falar da festa como fenômeno que perpassa todas as culturas, com sentidos diversos, caráter universal e um fundamento comum: o da mediação.

Em seu estudo sobre as festas como patrimônio imaterial no contexto latino-americano para o Convênio Andrés Bello – CAB, Pizano Mallarino (2004) faz um breve histórico das festas nesta região. Para a autora, a necessidade festiva está presente em todas as sociedades e se expressa através de celebrações rituais e acontecimentos comemorativos que são organizados para o divertimento público. As festas são construções míticas simbólicas em que se manifestam crenças, mitos, concepções de vida e de mundo, imaginários coletivos e estão associadas a algumas etapas do ciclo de vida, da economia, da religião, da política e de outras motivações humanas. Esses acontecimentos são transmitidos através da tradição e são originários e próprios de uma sociedade, em um espaço e tempo determinados.

Para a autora, estão presentes nas festas componentes que são, ao mesmo tempo, antagônicas e complementares. A festa pode ter tanto uma função integradora, uma vez que pode cristalizar os desejos coletivos de uma tomada de consciência comum como também pode ser subversiva, já que festas e revoltas sempre estiveram associadas na história. Além disso, em cada festa há sempre um sujeito celebrante que é entendido como a coletividade que a realiza e lhe dá significado e também um objeto celebrado, que é o acontecimento evocado mediante os ritos e símbolos que se apresenta por determinados motivos e de maneira cíclica e em diversas modalidades. A questão do tempo e do espaço são destacados como fator importante pela autora.

Las fiestas crean un tiempo distinto al normal y recrean los espacios para que otro tipo de jerarquías entre a funcionar mientras dura el período ceremonial y máscaras y disfraces tienen la función de transformar la vida comunal reagrupando a sus miembros en otro sistema que suspende la vigencia del usual. Los participantes asumen o transmiten códigos comunicativos y formas de conducta, que en el contexto festivo no coinciden necesariamente con el comportamiento habitual de la vida cotidiana, pero que son decodificados e interpretados por los otros participantes del grupo. La ciudad, el pueblo o la calle en donde se celebra la fiesta se convierte en un espacio ceremonial (PIZANO MALLARINO, 2004, p. 21).

Em seguida, Pizano Mallarino (2004) prossegue com a elaboração do que ela denomina uma tipologia festiva, explicando a conceituação de festas, festivais e feiras. Seu primeiro passo é contextualizar o universo das festas na América Latina, pois, na maioria dos casos, estas são um produto resultado da inter-relação entre festividades religiosas católicas (trazidas pelos espanhóis – sendo que no caso brasileiro seriam os portugueses), cerimônias aborígenes pré-hispânicas e ritos seculares africanos, formando algo de grande amplitude e diversidade. Para buscar uma maior objetividade, será visto apenas as características referentes às festas, deixando de lado os festivais e as feiras, uma vez que não estão diretamente relacionados ao tema desta dissertação.

Dentro da modalidade das festas, a autora ainda faz uma diferenciação em duas categorias de acordo com o caráter da celebração: festas tradicionais – cujo propósito é conservar a memória e fortalecer a identidade cultural; e pátrias – para reforçar o sentido de nacionalidade (PIZANO MALLARINO, 2004).

As festas tradicionais (que são as que mais interessam neste estudo) compreendem também duas subdivisões: religiosas ou profanas. Em primeiro lugar estão as festas religiosas, cujo motivo de celebração é a necessidade dos indivíduos e grupos sociais expressarem devoção religiosa e, portanto, refletem sentimentos de proximidade com o mundo espiritual. Normalmente neste tipo de festas são feitos pedidos de intervenção sobrenatural para solução de problemas pessoais ou coletivos ou são feitos agradecimentos por favores recebidos. As festas tradicionais da América Latina, em geral, possuem como característica o sincretismo entre santos católicos, memórias aborígenes e entidades africanas (PIZANO MALLARINO, 2004).

As festas tradicionais normalmente compreendem rituais e cerimônias, homenagens a santos patronos, mártires ou santas virgens, além de peregrinações.

La Iglesia, es decir, el clero y los feligreses, así como la comunidad participan en la celebración de las fiestas religiosas y las dotan de significado. Son organizadas en primera instancia por la hermandad o cofradía, asociaciones de fieles que desde la época colonial en América Latina han estado a cargo de ellas. Las autoridades religiosas las legitiman, participan en la coordinación y facilitan el uso de los espacios religiosos y objetos litúrgicos y las autoridades civiles a su vez las apoyan mediante aportes, presencia en los actos y autorización para el uso del espacio público, entre otros (PIZANO MALLARINO, 2004, p. 24).

Seguindo a classificação de Pizano Mallarino (2004), o segundo grupo de festas tradicionais são as festas profanas que, por sua vez, podem ser cíclicas ou cerimônias rituais. As festas cíclicas se expressam em um caráter carnavalesco e são entendidas como uma paródia das regras que são reconhecidas e respeitadas por toda a coletividade e nas quais se apresenta uma inversão do status sócio-racial. Já as cerimônias rituais são as que celebram os ciclos vitais e naturais tanto da vida humana como da natureza.

Para finalizar, Pizano Mallarino (2004) lembra que a festa é um acontecimento social bastante amplo e que no momento de sua existência, além de seus elementos rituais e cerimoniais próprios, podem ser verificadas atividades complementares, como apresentações, exposições, concursos, bailes, festivais gastronômicos, venda de artesanato, jogos, cavalgadas, entre outros, que lhes agregam valor simbólico e econômico.

A partir daqui será preciso tratar com maior atenção alguns elementos que já foram brevemente apresentados e que se relacionam especificamente com o tipo de festas que é objeto de estudo desta dissertação, as festas populares religiosas e que servirão de base para compreender porque estas festas são consideradas populares e em que medida existem nelas elementos religiosos e elementos profanos.

3.2. O POPULAR, O SAGRADO E O PROFANO

Apesar de toda a contextualização teórica que se fez até o momento ter sua importância para o estudo proposto, as idéias que começam a ser apresentadas a seguir estão, cada vez mais, se aproximando à análise central do tema. O que realmente interessa agora e sem o qual não seria possível prosseguir é a relação existente entre o sagrado e o profano, que na verdade, tem seu ponto de encontro

no popular. No entanto, tratam-se de conceitos, mais uma vez, esquivos e complexos, como todos que envolvem a questão cultural e, em especial, as festas.

Retomando-se uma discussão já introduzida no texto, parte-se da cultura para chegar à cultura popular. Mas que popular é este? Para esclarecer essa questão é preciso identificar onde e como ocorreu a descoberta da categoria “povo” e quais são os problemas de sua conceituação. Além disso, assim como não existe uma única cultura, pode existir uma cultura popular? Ou seriam várias? A partir daí, é preciso buscar compreender de que forma as festividades estão inseridas nesse contexto, partindo de seu histórico desde a Idade Média até a contemporaneidade. E, nas festas, como o sagrado e o profano se manifestam.

Concorda-se com Burke (1999) e tantos outros estudiosos que, tanto o conceito de cultura, quanto a noção do termo popular são bastante problemáticos. Para este autor, uma razão para esses problemas é que o significado do conceito tem sido ampliado à medida que os historiadores e outros intelectuais ampliaram seus interesses.

Na era da chamada “descoberta” do povo, o termo “cultura” tendia a referir-se a arte, literatura e música, e não seria incorreto descrever os folcloristas do século XIX como buscando equivalentes populares da música clássica, da arte acadêmica e assim por diante. Hoje, contudo, seguindo o exemplo dos antropólogos, os historiadores e outros usam o termo “cultura” muito mais amplamente, para referir-se a quase tudo que pode ser aprendido em uma dada sociedade – como comer, beber, andar, falar, silenciar e assim por diante. Em outras palavras, a história da cultura inclui agora a história das ações ou noções subjacentes à vida cotidiana. O que se costumava considerar garantido, óbvio, normal ou “senso comum” agora é visto como algo que varia de sociedade a sociedade e muda de um século a outro, que é “construído” socialmente e portanto requer explicação e interpretação social e histórica. Essa nova história cultural é às vezes chamada história “sócio-cultural” para distingui-la das histórias mais tradicionais da arte, da literatura e da música (BURKE, 1999, p. 21).

Na sua forma de ver, é impossível traçar um limite preciso entre o sentido estrito e o amplo de cultura, no entanto, sua definição é a de “um sistema de significados, atitudes e valores partilhados e as formas simbólicas (apresentações, objetos artesanais) em que eles são expressos ou encarnados” (BURKE, 1999, p. 22). Ele prossegue explicando que a cultura nesta acepção faz parte de todo um modo de vida, mas não é idêntica a ele. E, quanto à cultura popular, acredita que talvez seja melhor, de início, defini-la como uma cultura não-oficial, a cultura da não-

elite, ou das classes subalternas, como as denominou Gramsci (1950 *apud* Burke, 1999).

Também para Arantes (1995), cultura popular é um conceito de difícil definição pelas Ciências Humanas e que normalmente é especialmente trabalhado pela Antropologia Social. Em sua tentativa de explicá-lo de forma didática, ele sugere que, em suas diferentes concepções, pode englobar: aspectos da tecnologia (técnicas de trabalho, procedimentos de cura, etc.) e de conhecimento do universo (pensa os eventos no passado, algo que já foi ou logo será superado); formas artísticas de expressão como, por exemplo, literatura oral, música, teatro, entre outras (pensa no futuro, vislumbrando indícios de uma nova ordem social). Sua análise é que cultura popular existe como contraste ao termo genérico cultura, sendo que a cultura popular funcionaria como suporte de uma idealização romântica da tradição, possuindo um caráter folclorista. Para ele, o conceito de cultura popular não é algo imutável nem absoluto, mas algo construído a partir de um ponto de vista hegemônico.

Arantes (1995) sinaliza uma discussão bastante freqüente, não só nos meios acadêmicos, mas no senso comum, que é a associação da noção de cultura popular com folclore, ou seja, como sendo um conjunto de objetos, práticas e concepções (sobretudo religiosas e estéticas) consideradas tradicionais. Ele afirma, inclusive, que alguns pesquisadores “mais sofisticados” concebem essas manifestações culturais tradicionais como resíduo da cultura culta de outras épocas (e às vezes, de outros lugares), filtrada ao longo do tempo pelas sucessivas camadas da estratificação social. Nesse sentido, ele cita Câmara Cascudo (1967 *apud* Arantes, 1995, p. 16) quando diz que “o povo é um clássico que sobrevive”.

Seguindo seu raciocínio, pensar a cultura popular como sinônimo de tradição seria reafirmar a idéia que seu apogeu deu-se no passado. Em consequência disso, surge o discurso bastante comum atualmente que as sucessivas modificações por que necessariamente passaram esses objetos, concepções e práticas não podem ser compreendidas, senão como deturpadoras ou empobrecedoras. Aquilo que se considera como tendo tido vigência plena no passado só pode ser interpretado, no presente, como curiosidade ou exotismo.

Procurando-se reproduzir objetos e práticas supostamente cristalizadas no tempo e no espaço, acaba-se por “produzir” versões modificadas, no mais das vezes esquemáticas, estereotipadas e, sobretudo, inverossímeis (aos

olhos dos produtores originais) dos eventos culturais com os quais se pretende constituir o patrimônio de todos. [...] Embora se procure ser fiel à “tradição”, ao “passado”, é impossível deixar de agregar novos significados e conotações ao que se tenta reconstruir. Isso é inevitável, porque a própria reconstituição é informada por e é parte de uma reflexão sobre a história da cultura e da arte que, em grande medida, escapa aos produtores “populares” da cultura. Exemplo flagrante disso são os inúmeros grupos artísticos, em geral patrocinados por órgãos de Estado, que recriam em palcos do mundo todo músicas e danças “populares” (ARANTES, 1995, p. 19).

Arantes (1995) reafirma que essas maneiras de pensar a cultura pressupõem ou que ela seja passível de cristalização, permanecendo imutável no tempo a despeito das mudanças que ocorrem na sociedade, ou, quando muito, que ela esteja em eterno desaparecimento. No seu entender cultura é um processo dinâmico onde também transformações positivas ocorrem, mesmo quando intencionalmente se visa congelar o tradicional para impedir sua chamada deterioração. Ele concorda que é possível preservar objetos, gestos, palavras, movimentos e características plásticas exteriores se elas continuarem a ser importantes para o processo de construção, significação e ressignificação da cultura, mas não se consegue evitar a mudança de significado que ocorre no momento em que se altera o contexto em que os eventos culturais são produzidos. Por isso é preciso que se pense a cultura no plural e no presente e que se parta de uma concepção não normativa e dinâmica da mesma.

Para Burke (1999) um problema importante é que o termo cultura popular passa uma falsa impressão de homogeneidade, portanto para ele (assim como para outros autores¹⁷), seria melhor usá-lo no plural ou então substituí-lo por uma expressão como “a cultura das classes populares”. Outro problema que ele detecta é o que se chama de “modelo de duas camadas”, ou seja, cultura de elite e popular. “A fronteira entre as várias culturas do povo e as culturas das elites [...] é vaga e por isso a atenção dos estudiosos do assunto deveria concentrar-se na interação e não na divisão entre elas” (BURKE, 1999, p. 17). Em seus estudos, ele ainda sugere uma associação do popular ao local, que parece ser uma posição bastante interessante.

Em seu estudo de votos, relíquias e santuários na Espanha do século XVI, Christian [1981] argumenta que o tipo de prática religiosa que está descrevendo “era uma característica tanto da família real quanto dos

¹⁷ Ele cita também Mandrou (1977) Ginzburg (1979).

camponeses analfabetos”, e recusa-se, conseqüentemente a usar o termo “popular”. Em seu lugar ele usa o termo “local”, argumentando que “a grande maioria dos lugares e monumentos sagrados tinha significado apenas para os habitantes locais”. Essa ênfase nas características locais do que geralmente se chama de religião “popular” é importante, apesar de não ser exatamente nova. O que é novo é a sugestão de que abandonemos um modelo binário, o de elite e povo, e o substituamos por outro, o de centro e periferia. [...] Entretanto, não estão livres de problemas e ambigüidades (BURKE, 1999, p. 20).

Segundo o autor parece óbvio que se todas as pessoas numa determinada sociedade partilhassem da mesma cultura, não haveria a necessidade de se usar a expressão cultura popular. Essa distinção ocorre porque a chamada grande tradição é cultivada em escolas ou templos enquanto que a denominada pequena tradição opera sozinha e se mantém nas vidas dos iletrados, em suas comunidades aldeãs. No entanto, as duas tradições são interdependentes. E, o que chama a atenção na análise que ele faz em sua obra é que “olhando-se a Europa como um todo entre 1500 e 1800, as diferenças religiosas estão entre as diferenças culturais mais importantes” (BURKE, 1999, p. 74).

Martín-Barbero (1997) preocupa-se com o surgimento da idéia de povo como sujeito social e traça, em sua obra, um histórico de sua descoberta e ascensão no contexto das sociedades. Para ele,

Os românticos chegam por três vias, nem sempre convergentes, à “descoberta” do povo. A da exaltação revolucionária, ou ao menos de seus ecos, dotando a chusma, o populacho, de uma imagem em positivo que integra duas idéias: a de uma coletividade que unida ganha força, um tipo peculiar de força, e a do herói que se levanta e faz frente ao mal. Uma segunda via: o surgimento, e exaltação também, do nacionalismo reclamando um substrato cultural e uma “alma” que dê vida à nova unidade política, substrato e alma que estariam no povo enquanto matriz e origem telúrica. E por último, uma terceira via: a reação contra a Ilustração a partir de duas fontes: a política e a estética. Reação política contra a fé racionalista e o utilitarismo burguês que em nome do progresso têm convertido o presente em um caos, em uma sociedade desorganizada. Logo: idealização do passado e revalorização do primitivo e irracional. [...] Com esses três ingredientes o Romantismo constrói um novo imaginário no qual pela primeira vez adquire status de cultura o que vem do povo (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 26-27).

No entanto, ele detecta que esta concepção traz consigo alguns problemas sérios e muito importantes para a compreensão do problema que é a explicação do que se trata realmente como cultura popular. Para ele, a travessia dos imaginários permite compreender melhor o que a concepção romântica do popular

impede de pensar, e é o que tem sido feito até hoje quase sempre aliada e como componente ideológico das políticas conservadoras.

Em primeiro lugar está a mistificação na relação povo-nação. Ao ser pensado como alma ou matriz da nação, o povo se converte em entidade não analisável socialmente, não trespassável pelas divisões e pelos conflitos, uma entidade abaixo ou acima do movimento do social. O povo-nação dos românticos conforma o que se pode denominar como uma comunidade orgânica, isto é, constituída por laços biológicos, telúricos, naturais e, dessa forma, sem história, como seriam a raça e a geografia.

Em segundo lugar está a ambigüidade da sua idéia de cultura popular. Se os românticos resgatam a atividade do povo na cultura, no mesmo movimento em que esse fazer cultural é reconhecido o que se produz é seu seqüestro, isso porque a originalidade da cultura popular residiria essencialmente em sua autonomia, na ausência de contaminação e de comércio com a cultura oficial, hegemônica. Então, ao negar a circulação cultural, o que é realmente negado é o processo histórico de formação do popular e o sentido social das diferenças culturais: a exclusão, a cumplicidade, a dominação e a impugnação. E, ao ficar sem um sentido histórico, o que se resgata acaba sendo uma cultura que não pode olhar senão para o passado, uma cultura-patrimônio, o folclore de arquivo ou de museu nos quais se conserva a pureza original de um povo-menino, primitivo (MARTÍN-BARBERO, 1997).

Para Martín-Barbero (1997) é importante destacar que a idéia de povo que foi gerada pelo movimento romântico vai sofrer ao longo do século XIX uma dissolução completa tanto por parte da esquerda, no conceito de classe social, como pela direita, no de massa. E é somente a partir do século XX que o conceito de cultura passa a ser dividido entre erudito, popular e massivo (CANCLINI, 2003).

A seguir, algumas idéias de como as festas estão inseridas neste contexto da cultura popular, partindo da Idade Média, passando pela Idade Moderna e chegando até os dias atuais de forma bastante breve, a partir de Bakhtin (1987), Burke (1999) e Canclini (2003).

Bakhtin (1987) inicia sua análise a partir dos festejos do carnaval, pois, com todos os atos e ritos cômicos que a ele se ligam, ocupavam um lugar muito importante na vida do homem medieval.

Para o autor, o carnaval é “a segunda vida do povo, baseada no princípio do riso. É a sua vida festiva. A festa é a propriedade fundamental de todas as formas

de ritos e espetáculos cômicos da Idade Média” (BAKHTIN, 1987, p. 7). Ele considera as festividades (de qualquer tipo) como uma forma primordial e marcante da civilização humana. E não é preciso considerá-las nem explicá-las como um produto das condições e finalidades práticas do trabalho coletivo nem o que considera uma interpretação mais vulgar ainda, da necessidade biológica (ou fisiológica) de descanso periódico. Na verdade, as festividades tiveram sempre um conteúdo essencial, um sentido profundo, e exprimiram sempre uma concepção do mundo. Segundo o autor,

Os “exercícios” de regulamentação e aperfeiçoamento do processo do trabalho coletivo, o “jogo no trabalho”, o descanso ou a trégua no trabalho nunca chegaram a ser verdadeiras festas. Para que o sejam, é preciso um elemento a mais, vindo de uma outra esfera da vida corrente, a do espírito e das idéias. A sua sanção deve emanar não do mundo dos meios e condições indispensáveis, mas daquele dos fins superiores da existência humana, isto é, do mundo dos ideais. Sem isso, não pode existir nenhum clima de festa (BAKHTIN, 1987, p. 8).

Em Bakhtin, as festividades têm sempre uma relação marcada com o tempo. Ele explica: “a morte e a ressurreição, a alternância e a renovação constituíram sempre os aspectos marcantes da festa. E são precisamente esses momentos – nas formas concretas das diferentes festas – que criaram o clima típico da festa” (BAKHTIN, 1987, p. 8).

Sob o regime feudal existente na Idade Média, esse caráter da festa, sua relação com os fins superiores da existência humana, a ressurreição e a renovação, só podia alcançar sua plenitude e sua pureza, sem distorções, no carnaval, e em outras festas populares e públicas. Era somente nessas circunstâncias que a festa convertia-se na forma de que se revestia a segunda vida do povo, e este “penetrava temporariamente no reino utópico da universalidade, liberdade, igualdade e abundância”. (BAKHTIN, 1987, p. 8). Por outro lado, as festas oficiais da Idade Média – tanto as da Igreja como as do Estado feudal – não arrancavam o povo à ordem existente, não criavam essa segunda vida, pelo contrário, apenas contribuíam para consagrar e sancionar o regime em vigor, para fortificá-lo.

[...] as imagens da festa popular puderam tornar-se uma arma poderosa na apreensão artística da realidade e puderam servir de base a um realismo verdadeiramente amplo e profundo. Elas ajudam a captar a realidade não de uma maneira naturalista, instantânea, oca, desprovida de sentido, e fragmentária, mas no seu processo de devir e a orientação que ele adquire.

Daí o universalismo extremamente profundo e o otimismo lúcido do sistema das imagens da festa popular (BAKHTIN, 1987, p. 184).

De acordo com este autor, é o carnaval que se revela o elemento mais antigo da festa popular, e pode-se afirmar que é o fragmento mais bem conservado desse mundo imenso e rico. Isso faz com que o adjetivo carnavalesco possa ser utilizado normalmente numa acepção ampliada, designando não apenas as formas do carnaval no sentido estrito e preciso do termo, mas ainda toda a rica e variada festa popular no decurso dos séculos e durante a Renascença, através dos seus caracteres específicos representados pelo carnaval nos séculos seguintes, quando a maior parte das outras formas havia desaparecido ou degenerado (BAKHTIN, 1987).

No entanto, mesmo no sentido estrito do termo, o carnaval está longe de ser um fenômeno simples e de sentido único. Segundo Bakhtin (1987) esse termo unia sob um mesmo conceito numerosos folguedos de origem diversa, que aconteciam em diferentes datas, mas possuíam características comuns. Esse processo de reunião, sob a denominação de carnaval, de fenômenos locais heterogêneos, e o fato de que fossem designados por um mesmo termo, correspondia a um processo real: com efeito, ao desaparecerem e degenerarem, as diferentes formas da festa popular levavam ao carnaval alguns dos seus elementos: ritos, atributos, efígies, máscaras. E por causa disso, o carnaval tornou-se o reservatório onde se guardavam as formas que não tinham mais existência própria.

E o denominador comum de todas as características carnavalescas que compreendem as diferentes festas, é a sua relação essencial com o tempo alegre. “Por toda parte onde o aspecto livre e popular se conservou, essa relação com o tempo e, conseqüentemente, certos elementos de caráter carnavalesco, sobreviveram” (BAKHTIN, 1987, p. 191). Entretanto, nos lugares onde o carnaval, no sentido estrito do termo, floresceu e se tornou o centro que reagrupou todas as formas de folguedos públicos e populares, ele provocou de certa forma o enfraquecimento de todas as outras festas, retirando-lhes quase todos os elementos de licença e de utopia popular. As outras festas empalidecem ao lado do carnaval; sua significação popular diminui, sobretudo porque estão em relação direta com o culto e o rito religioso ou do Estado. “O carnaval torna-se então o símbolo e a encarnação da verdadeira festa popular e pública, totalmente independente da Igreja e do Estado (apesar de tolerada por esses últimos)” (BAKHTIN, 1987, p. 191).

Segundo Bakhtin (1987), além do tempo alegre, a ausência do palco é característica de todas as formas de espetáculo popular. A verdade utópica que se representa na própria vida. “A festa é a categoria primeira e indestrutível da civilização humana. Ela pode empobrecer-se, às vezes mesmo degenerar, mas não pode apagar-se completamente”. (BAKHTIN, 1987, p. 239).

Burke (1999) vê as festas como rituais, uma idéia que parece ser compartilhada pela maioria dos autores que as estudam. Para ele discutir festas é necessariamente discutir rituais. Apesar deste ser um termo de difícil definição em sua obra ele se refere ao uso da ação para expressar significados, em oposição às ações mais utilitárias e também à expressão de significados através de palavras ou imagens.

Segundo ele, a vida cotidiana nos inícios da Europa moderna estava repleta de rituais religiosos e seculares. E, uma famosa teoria do século XIX sobre os mitos sustentava que eles têm sua origem nos rituais. De acordo com essa teoria, afirma Burke (1999), ao longo do tempo, os rituais deixaram de ser compreendidos e foi preciso inventar mitos que os explicassem. No entanto, para o autor, essa teoria é simples demais, e podem-se encontrar exemplos em que o mito antecede o ritual, como no caso da missa.

Burke (1999) concorda com Bakhtin (1987) que o exemplo por excelência da festa como contexto para imagens e textos é certamente o carnaval. Ele explica que, particularmente no sul da Europa, o carnaval era a maior festa popular do ano, época privilegiada na qual o que muitas vezes se pensava poderia ser expresso com relativa impunidade. Além disso, o caráter de espetáculo do carnaval já existia desde então.

O carnaval pode ser visto como uma peça imensa, em que as principais ruas e praças se convertiam em palcos, a cidade se tornava um teatro sem paredes, e os habitantes eram os atores e espectadores, que assistiam à cena dos seus balcões. De fato, não havia uma distinção marcante entre atores e espectadores [...]. A ação dessa gigantesca peça era um conjunto de acontecimentos estruturados mais ou menos formalmente (BURKE, 1999, p. 206).

Burke (1999) também analisa as festas de acordo com suas funções e não apenas de seu significado para os participantes. Ele analisa que os antropólogos sociais que estudam mitos e rituais em muitas partes do mundo têm acentuado que eles desempenham funções sociais, quer os participantes tenham

consciência disso ou não. Ele acredita que em relação ao período de seu estudo – início da Europa Moderna – algumas funções das festas populares parecem bem evidentes: elas eram diversão, uma pausa bem-vinda na luta diária pela subsistência e ofereciam ao povo algo pelo que ansiar; elas também celebravam a própria comunidade nas suas habilidades em montar um bom espetáculo, e talvez a zombaria contra os forasteiros pudesse ser interpretada, entre outras coisas, como uma expressão teatralizada da solidariedade comunitária; e ainda, as festas também ofereciam oportunidade para que diferentes grupos da mesma comunidade competissem entre si. E ele conclui afirmando que “a análise funcional é mais interessante quando é mais paradoxal, isto é, quando os rituais que aparentemente expressam protesto contra a ordem social são interpretados como contribuições a essa mesma ordem” (BURKE, 1999, p. 224).

Se Bakhtin (1987) e Burke (1999) estudaram o popular e as festas na Europa em períodos antigos, Canclini (2003) analisa o tema no contexto da América Latina contemporânea. Segundo ele, o popular costuma ser associado ao pré-moderno e ao subsidiário. Na produção, manteria formas relativamente próprias graças à sobrevivência de técnicas pré-industriais – oficinas artesanais – e formas de recriação locais – músicas regionais, entretenimentos suburbanos. Já no consumo, os setores populares estariam sempre no final do processo, como destinatários, espectadores que são obrigados a reproduzir o ciclo do capital e a ideologia dos dominadores. Normalmente o moderno é associado ao culto e ao hegemônico, enquanto o tradicional é associado ao popular e ao subalterno (CANCLINI, 2003).

Segundo Canclini (2003, p. 215) “é possível construir uma nova perspectiva de análise do tradicional-popular levando em conta suas interações com a cultura de elite e com as indústrias culturais”. Ele a sistematiza sob a forma de seis refutações à visão clássica dos folcloristas (de caráter positivista e messiânico):

- O desenvolvimento moderno não suprime as culturas populares tradicionais

A expansão modernizadora dos meios de comunicação de massa e da tecnologia não conseguiu apagar o folclore. Têm sido desenvolvidos diversos estudos nas últimas décadas que revelam que as culturas tradicionais se desenvolveram, transformando-se. Canclini (2003) aponta como causas para esse

crescimento: a impossibilidade de incorporar toda a população à produção industrial urbana; a necessidade do mercado de incluir as estruturas e os bens simbólicos tradicionais nos circuitos massivos de comunicação, para atingir mesmo as camadas populares menos integradas à modernidade; o interesse dos sistemas políticos em levar em conta o folclore a fim de fortalecer sua hegemonia e legitimidade; a continuidade na produção cultural dos setores populares.

[...] o que já não se pode dizer é que a tendência da modernização é simplesmente provocar o desaparecimento das culturas tradicionais. O problema não se reduz, então, a conservar e resgatar tradições supostamente inalteradas. Trata-se de perguntar como estão se transformando, como interagem com as forças da modernidade (CANCLINI, 2003, p. 218).

- As culturas camponesas e tradicionais já não representam a parte majoritária da cultura popular

Canclini (2003) informa que, nas últimas décadas, as cidades latino-americanas passaram a conter entre 60 e 70% do total de habitantes e, mesmo nas zonas rurais, o folclore já não tem atualmente o caráter fechado e estável do universo arcaico, pois se desenvolve em meio às relações versáteis que as tradições tecem com a vida urbana, com as migrações, o turismo, a secularização e as opções simbólicas oferecidas tanto pelos meios eletrônicos quanto pelos novos movimentos religiosos ou pela reformulação dos antigos. Além disso, as tradições se reinstalam mesmo para além das cidades, através de um sistema interurbano e internacional de circulação cultural.

- O popular não se concentra nos objetos

O estudo atual da antropologia e da sociologia – principalmente – sobre a cultura situa os produtos populares em suas condições econômicas de produção e consumo. Os folcloristas influenciados pela semiologia agora identificam o *folk* em comportamentos e em processos comunicacionais. Em nenhum desses casos se aceita que o popular seja congelado em patrimônios de bens estáveis. Isto significa que, em vez de uma coleção de objetos ou de costumes objetivados, a tradição é pensada como “um mecanismo de seleção, e mesmo de invenção, projetado em

direção ao passado para legitimar o presente” (BLACHE, 1988 *apud* CANCLINI, 2003, p. 219).

- O popular não é monopólio dos setores populares

Quando o *folk* passa a ser concebido como práticas sociais e processos comunicativos em vez de apenas como um amontoado de objetos, quebra-se o vínculo fatalista e naturalizante que associava certos produtos culturais a determinados grupos fixos. Agora, nas sociedades contemporâneas, presta-se atenção ao fato de que uma pessoa pode participar de diversos grupos e é capaz de integrar-se a vários sistemas de práticas simbólicas – rurais e urbanas, suburbanas e industriais, microssociais e de massa. Não há um folclore exclusivo das classes oprimidas, nem o único tipo possível de relações inter-folclóricas são as de dominação, submissão ou rebelião. E o autor destaca que

A evolução das festas tradicionais, da produção e venda do artesanato revela que essas não são mais tarefas exclusivas dos grupos étnicos, nem sequer de setores camponeses mais amplos, nem mesmo da oligarquia agrária; intervêm também em sua organização os ministérios de cultura e de comércio, as fundações privadas, as empresas de bebidas, as rádios e as televisões. Os fenômenos culturais *folk* ou tradicionais são hoje o produto multideterminado de agentes populares e hegemônicos, rurais e urbanos, locais, nacionais e transnacionais. Por extensão, é possível pensar que o popular é constituído por processos híbridos e complexos, usando como signos de identificação elementos procedentes de diversas classes e nações (CANCLINI, 2003, p. 220).

- O popular não é vivido pelos sujeitos populares como complacência melancólica para com as tradições

“Muitas práticas rituais subalternas, aparentemente consagradas a reproduzir a ordem tradicional, transgridem-na humoristicamente” (CANCLINI, 2003, p. 221) e, para o autor, a atitude é mais anti-solene quando se trata de tradições cruzadas em conflito. Assim, a ruptura da festa não liquida as hierarquias nem as desigualdades, mas sua irreverência abre uma relação mais livre, menos fatalista, com as convenções herdadas.

- A preservação pura das tradições não é sempre o melhor recurso popular para se reproduzir e reelaborar sua situação

Canclini (2003) cita uma frase que é muito utilizada por promotores, comerciantes e empresários da área cultural: “Seja autêntico e ganhará mais”. No entanto, ele argumenta com exemplos, que alguns estudos de folcloristas e antropólogos “indisciplinados” têm feito sobre formas de artesanato “impuro” demonstram que às vezes ocorre justamente o oposto.

Através da compra de materiais e do consumo de bens alheios transferem parte de seu excedente ao mercado nacional e transnacional, mas o controle mais ou menos igualitário de suas formas de subsistência e o comércio de artesanato lhes permite sustentar sua identidade étnica. Graças a respeito a certas tradições (o controle coletivo das terras e o sistema de reciprocidade), a renovação de seu ofício artesanal e a adaptação a uma interação complexa com a modernidade conseguiram uma independência florescente que não teriam conseguido fechando-se em suas relações ancestrais (CANCLINI, 2003, p. 238).

De acordo com Serra (1999), muitas vezes o termo profano é utilizado para se referir a algo “não religioso”. Mas explica que a idéia de profano só tem sentido dentro de uma perspectiva religiosa, isto é, “no domínio fenomenológico em que se opõe à noção de sagrado. Essa oposição liga as duas referidas categorias de forma necessária, numa estreita correlação” (SERRA, 1999, p. 53). Para o autor, para quem não há o sagrado, não pode haver o profano.

Segundo Amaral (1998) as discussões sobre a “festa à brasileira” passam necessariamente pela discussão sobre o sagrado *versus* o profano e sua forma popular. De acordo com essa autora, as formas de sociabilidade brasileira, desde o período da colonização são marcadas por trocas culturais, sendo que estas estão estreitamente relacionadas à realização de festas. Esta autora, baseando-se nas obras¹⁸ de Del Priore (1994) e Dias (1984) agrupa as festas, para fins de análise em duas grandes categorias: de um lado as promovidas pelo Estado e pela Igreja (festas de participação e financiamento obrigatórios); e as festas do povo (reinterpretadas) do outro (AMARAL, 1998).

Então, as próprias festas religiosas oficiais, ao contar com a participação conjunta da Igreja e do Estado em sua organização, já se tornavam simultaneamente sagradas e profanas. Isso tornou muito comum um comportamento

¹⁸ Obras citadas por Amaral (1998):

DEL PRIORE, Mary. *Festas e utopias no Brasil colonial*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

DIAS, Maria Odila Leite da Silva. *Quotidiano e poder em São Paulo no século XIX*. São Paulo: Brasiliense, 1984.

extremamente devoto por parte das populações coloniais – e acentuando a identificação entre rei e religião, Igreja e Estado, fé e poder. “Na verdade, é muito difícil, mesmo neste período, dividir as festas em religiosas e profanas, porque uma está dentro da outra” (AMARAL, 1998, p. 64).

Moraes Filho (1979 *apud* Amaral, 1998) diz que a música sacra das festas religiosas mesclava-se geralmente com ritmos populares portugueses e espanhóis, mostrando que as fronteiras entre o sacro e o profano, o popular e o erudito não estavam claramente estabelecidas. Dessa forma, aos poucos, foi acontecendo um sincretismo das práticas étnicas que começaram a se fundir no período colonial. Del Priore (1994 *apud* Amaral, 2003) ressalta que nas festas, misturavam-se também os corpos. Isso fica claro no fato de que, embora a maioria dos narradores destaque a presença de nobres de armas, chefes militares, embaixadores, arcebispos, bispos, prelados, damas, entre outras figuras tradicionais, todos são unânimes também em destacar a presença do povo. Amaral (1998) chama ainda a atenção para outro fato importante, que a presença das danças profanas nas festas religiosas surge como resquício da catequese jesuítica. Isso porque a Igreja permitia que índios e negros dançassem, pois a dança era considerada uma maneira de agradecer a Deus – “Davi dançou para Jeová” – e as danças acabaram por se tornar um dos elementos mais enriquecedores e ornamentais acrescentados ao culto católico.

O poder da festa e da dança era tão efetivo que mesmo as danças e músicas dos escravos, considerados inferiores e não civilizadas, eram permitidas nos dias festivos, o que acabou facilitando a permanência da religiosidade africana no Brasil, uma vez que esta é intimamente ligada às festas para a incorporação e dança dos orixás (AMARAL, 1998, P. 66)

Amaral (1998) destaca também o papel das procissões religiosas como atividades festivas e dá destaque para o importante estudo de Reis¹⁹ (1991) sobre a Cemiterada em Salvador ocorrida em 1836, mostrando que até mesmo os enterros eram celebrados como festividades e espetáculos.

A autora defende que foi após o Concílio de Trento (1545-1563) quando as festas religiosas passaram a crescer tanto, confirmando o investimento de caráter catequético e pastoral que as norteavam, que começaram a surgir até mesmo publicações especializadas que orientavam o clero na organização e realização de festas (AMARAL, 1998).

¹⁹ REIS, João José. *A morte é uma festa*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

Na Colônia, as irmandades e confrarias destacavam o papel das comunidades na participação e organização das festas religiosas e suas séries de procissões. Principalmente após 1563, quando os leigos foram ganhando, aos poucos, mais espaço no interior das irmandades religiosas, a procissão (que era algo considerado profano anteriormente) passa a representar a própria religião, a própria igreja em marcha, “rumo ao destino de glórias do paraíso, mas como resultado de uma competição de recursos e de superioridade econômica ou social de seus membros” (AMARAL, 1998, p. 71).

Outro aspecto que importante presente na tese de Amaral (1998) é que ela destaca o fato da preocupação com o espetacular e o fausto nas vibrações religiosas aparecia claramente nos concílios e sínodos realizados depois do século XVI, quando surgem inúmeras disposições considerando-os uma maneira de atrair multidões de conversos. Ou seja, reforça-se o que já havia sido apontado por outros estudiosos do tema em locais e tempos diferentes, que a espetacularização dos atos religiosos surgiu dentro da própria igreja oficial e foi incorporada pelos elementos populares tradicionais há bastante tempo. Não se trata, portanto, de algo da sociedade contemporânea que pode ser implicado como culpa dos meios de comunicação de massa ou do turismo, essa é apenas mais uma das transformações pelas quais os processos socioculturais (inclusive no campo religioso) passam.

Parece fundamental dizer que as festas, no Brasil, desde o período colonial, têm se constituído como importantes formas de mediação entre os homens e a natureza, entre eles e seus deuses, entre povo e Estado com seus representantes, como bem afirma Amaral.

Tudo era feito no sentido de atrair a população para a festa, pois a participação do povo a partir da decisão oficial de realizá-la é imprescindível já que ela só se faz com muitas pessoas e a importância e poder de fato da Igreja e do Estado só poderia se expressar no número de pessoas que pudessem cooptar. Por isso mesmo, tanto Estado como Igreja se garantiam através desta participação “convocada” e às vezes mesmo “forçada” (Dias, 1984; Del Priore, 1994). Este procedimento, entretanto, ia aos poucos (ao delegar à iniciativa popular a realização de vários preparativos) abrindo brechas de extravasamento no interior de uma sociedade pautada pela exploração e pelo trabalho escravo, e punha em contato diferentes grupos, igualmente dominados, que paulatinamente vão introduzindo sua festa dentro da oficial e lentamente se apropriando dela, transformando-a, vivendo nela sua utopia, seus valores, gestando a cultura popular brasileira (AMARAL, 1998, p. 77)

As festas aconteciam nas ruas, num contexto de exaltação e alegria, com gente de todo o tipo reunida, começam a ganhar, aos poucos, certa independência da festa oficial. O quadro da comemoração original começa a ser invadido por danças, fantasias, personagens, ritmos e harmonias profanas que, embora estejam articuladas com o todo a que estão relacionadas, possuem vida e significado peculiares. Amaral (2003) cita Del Priore (1994) para apontar que o agradecimento por milagres é uma das primeiras inserções feitas pelo povo na festa, destacando que a força simbólica do milagre nas festas é tão verdadeira e arraigada na cultura popular que é comum que estas sejam promovidas e financiadas por pagadores de promessas. E a outra inserção importante que congregava a população de maneira unânime foi a distribuição de comida. “A festa ensinava os atos de comer e beber, mas os excessos, de caráter confraternizador eram coibidos pela Igreja” (AMARAL, 1998, p. 83).

Para finalizar com a contribuição de Amaral (1998), pode-se dizer que as festas e procissões, no Brasil Colonial, permitiam não só o divertimento, a fantasia e o lazer do povo, mas ainda estabelecia vários sentidos para o papel aparentemente irrelevante da festa, como poderiam dizer alguns. O processo de lenta apropriação popular do espaço da festa desemboca no século XX quando ele já estaria em novas mãos, que dela se apoderaram e transformaram em patrimônio e modo de ação.

Após estas considerações a respeito do caráter popular e da constituição de que o sagrado e o profano estão interligados e são de difícil separação, passa-se a seguir para a relação desses elementos com a cultura baiana para que posteriormente sejam verificadas como estas relações complexas ocorrem no caso das festas populares religiosas da Bahia.

3.3. SINCRETISMO E BAIANIDADE NA TERRA DA FELICIDADE

A Bahia é divulgada no discurso turístico, artístico e midiático como a “terra da felicidade”, “terra de todos os santos”, entre outros clichês e estereótipos que permeiam um sem fim de músicas, telenovelas, reportagens diversas, propagandas oficiais de turismo, entre outras obras do conhecimento de todos os brasileiros e mesmo estrangeiros que possuem algum contato com a cultura brasileira.

No entanto, é preciso compreender de onde surge essa imagem e quais os elementos envolvidos em sua construção, notadamente dois de seus fundamentos principais: o sincretismo e a baianidade, uma vez que estes elementos estão sempre relacionados ao caráter festivo da cidade.

O primeiro reflete a idéia de que na Bahia todas as crenças não só convivem em paz e harmonia, mas também estão interligadas, mescladas, e representam uma religiosidade exótica e curiosa, tipicamente afro-brasileira (ou afro-baiana) que normalmente aparece sob o rótulo de “sincretismo”. O segundo conceito é o que representa aquela Bahia que está sempre em clima de festa, onde é carnaval o ano todo, onde todos os santos e orixás merecem uma lavagem, a tal “terra da felicidade” que possui um ritmo próprio, diferente do resto do país.

Ambos os conceitos são bastante polêmicos e possuem defensores e críticos tanto no meio acadêmico quanto no senso comum. Contudo, ao buscar analisar como o discurso dos órgãos oficiais de turismo utilizam as festas populares religiosas para promover o estado enquanto destino turístico, nenhum deles pode ser ignorado. A seguir algumas das discussões em torno dos mesmos serão apresentadas.

3.3.1. O que é o sincretismo?

De acordo com o Novo Dicionário Eletrônico Aurélio (2004) a palavra sincretismo apresenta os seguintes significados:

[Do gr. *synkretismós*, “reunião de vários Estados da ilha de Creta contra o adversário comum”, pelo fr. *syncretisme*.] Substantivo masculino. 1. Filos. Tendência à unificação de idéias ou de doutrinas diversificadas e, por vezes, até mesmo inconciliáveis. [Cf., nesta acepç., *eclétismo* (1)]. 2. Amálgama de doutrinas ou concepções heterogêneas: “As inteligências que mais ou menos diretamente nos governam estão com relação à administração ultramarina num estado de sincretismo bramânico, em que nada se compreende, em que nada se resolve” (Ramalho Ortigão, *As Farpas*, IV, p. 270). 3. Fusão de elementos culturais diferentes, ou até antagônicos, em um só elemento, continuando perceptíveis alguns sinais originários. 4. Psicol. Percepção global e indistinta, da qual surgem, depois, objetos distintamente percebidos (NOVO DICIONÁRIO, 2004, grifos e itálicos do autor).

Contudo, conforme alerta Ferretti (2001b, p. 5), se trata de uma palavra para muitos considerada maldita, que provoca mal estar em muitos ambientes e

autores. “Diversos pesquisadores evitam mencioná-la, considerando seu sentido negativo, como sinônimo de mistura confusa de elementos diferentes, ou imposição do evolucionismo e do colonialismo”.

Como se trata de uma palavra constantemente utilizada no senso comum e está fortemente relacionada com o objeto de estudo desta dissertação, o que se busca aqui é conhecer alguns pontos de vista de estudiosos do tema, pois normalmente o discurso do turismo, ao invés de contribuir para a discussão, ou pelo menos, se inserir na complexidade do assunto, acaba por esvaziá-lo de sentido e tratá-lo simplesmente como um rótulo e não um conceito teórico de grande profundidade.

Boff (1982 *apud* Ferretti, 2001a, p. 13) defende que a Igreja, em sua estrutura, apresenta-se tão sincrética como qualquer outra expressão religiosa e que “cristianismo puro não existe, nunca existiu e nem poderá existir”. Então, o sincretismo não se constitui num mal necessário nem representa um defeito da suposta religião pura, na verdade, trata-se da sua normalidade. Ferretti (2001a) concorda com Boff (1982) que todas as religiões são sincréticas e que o sincretismo não ocorre apenas na religião, mas em outros aspectos da cultura.

Ferretti (2001a) cita uma contribuição importante de Droogers (1989). Em sua visão, o termo sincretismo possui duplo sentido: um é usado com significado objetivo, neutro e descritivo, de mistura de religiões; o outro possui significado subjetivo e inclui a avaliação da mistura.

Na antigüidade, conforme seu sentido etimológico, significava “junção de forças opostas face ao inimigo comum”. A partir do século XVIII, tomou caráter negativo, passando a referir-se à reconciliação ilegítima de pontos de vista teológicos opostos, ou heresia contra a verdadeira religião. Esse sentido negativo encontra-se largamente difundido no Brasil [...]. O sincretismo parece-nos evidente, no Brasil, pela própria história do país (FERRETTI, 2001a, p. 13).

Nina Rodrigues foi o pioneiro nos estudos sobre o sincretismo afro-brasileiro (FERRETTI, 2001a; BASTIDE, 2001; ORTIZ, 1980). Embora suas obras possuam um caráter positivista e aceitem o evolucionismo racista dominante à época, diversos autores concordam que ele demonstrou uma visão profunda sobre

os fenômenos que estudou e, mesmo evitando usar a palavra – já utilizada então – e preferindo a expressão “ilusão da catequese”²⁰, sua contribuição foi inegável.

Entre outros autores importantes que seguiram pelo campo de estudos aberto por Nina Rodrigues, deve ser destacada a obra de Arthur Ramos, a partir da década de 1930. Apesar de se denominar continuador do pioneiro (BASTIDE, 2001), substituiu sua perspectiva racista por idéias culturalistas. Para ele o sincretismo era um processo de adaptação, uma etapa de um processo de aculturação (FERRETTI, 2001a). No entanto, de acordo com Bastide (2001) seu mérito está na utilização do método, pois se despreendeu dos preconceitos e mostrou aos africanistas a importância da objetividade científica, e, ao elaborar suas interpretações, teve sempre o cuidado de separar a descrição dos fatos da análise que lhes atribuiu.

De acordo com Ferretti (2001a) Bastide não considerava que existia uma, e sim várias religiões afro-brasileiras e procurou diversas interpretações para esse fenômeno, afastando-se do conceito de aculturação e preferindo a idéia de reinterpretação. Para este autor, o sincretismo não implicava em misturas ou identificações, mas em semelhanças e equivalências, como num jogo de analogias, e não como fusão.

Já para Serra (1995) a articulação dos ritos de origem negro-africana tanto com o catolicismo – discussão bastante presente quando referida especificamente ao candomblé – quanto com outros credos – como é o caso da macumba e da umbanda – deve ser verificada com cuidado, pois o sincretismo não se desenvolve do mesmo jeito por toda parte, com um sentido único. Segundo ele, o dualismo da teologia católica influenciou de modo apenas superficial em determinados setores do candomblé e pesou de forma decisiva em outros. No entanto, o autor defende que “as religiões afro-brasileiras formaram-se num processo em que tiveram que opor-se a combinar-se de vários modos, em diversas medidas, ao catolicismo, incorporando elementos dele e também resistindo à sua força” (SERRA, 1995, p. 157).

Caracterizar a resistência como uma infrangível obstinação em manter imóvel um acervo de crenças e ritos transplantados, é absurdo; desconhecer suas rupturas, quebras, alterações, distorções, contradições,

²⁰ Para Ortiz (1980) a “ilusão da catequese” a que se refere Nina Rodrigues resultava do fato de que, os escravos, batizados em massa desde que atracavam nos portos, mal evangelizados por uma Igreja que mal se importava com sua sorte, tinham reinterpretado as crenças católicas e escondido seus deuses atrás das imagens dos santos católicos.

vem a ser, no mínimo, ingenuidade; traduzi-la nos termos de um projeto político definido, consciente, coerente, do povo-de-santo unificado, passa de fantasia; mas ignorá-la é tolice (SERRA, 1995, p. 158).

Segundo Ferretti (2001a), Bastide, entretanto, se interessava mais pela preservação da pureza do candomblé baiano, em oposição à desintegração e mistura, que para ele, estava presente na macumba e na umbanda, por isso não se interessava pelo sincretismo, que entendia como mistura. Seguindo seus passos, muitos representantes dos estudos afro-brasileiros passaram a valorizar essa pureza africana e não valorizar a discussão a respeito do sincretismo.

De acordo com Verger (1983 *apud* Ferretti, 2001a, p. 17) não há fusão. Ele cita uma frase dita pelo pai-de-santo que “o candomblé e o catolicismo são como a água e o óleo. Permanecem separados mesmo quando colocados num único recipiente”. No entanto, Verger prossegue, em outra obra (1981 *apud* Ferretti, 2001a), afirmando que o candomblé e o catolicismo permanecem como duas religiões separadas, mas, com o passar do tempo, tornam-se os praticantes tão sinceramente católicos quando vão à igreja, como ligados às tradições africanas quando participam das cerimônias do candomblé.

Ferretti (2001a) cita ainda um importante documento, um texto da II Conferência Mundial da Tradição dos Orixás e Cultura, ocorrida em Salvador em 1983 e assinado por Mãe Stella de Oxossi do Ilê Axé Opô Afonjá, considerada como um das mais importantes mães-de-santo baianas que lideram o movimento contra o sincretismo no qual afirma que, se o catolicismo foi útil aos escravos, hoje os praticantes da religião dos orixás, que tem liturgia e doutrinas próprias, não necessitam mais desse disfarce.

Já para Sodré (1988) não há, verdadeiramente, sincretismo entre o catolicismo brasileiro e as religiões africanas, que vê como sistemas simbolicamente incompatíveis. O autor argumenta que os negros, ao associarem os orixás com santos católicos, não estavam sincretizando, mas “respeitavam (como procediam com relação aos deuses de diversas etnias) e reduziam as diferenças graças à analogia de símbolos e funções” (SODRÉ, 1988 *apud* FERRETTI, 2001a, p. 18).

Caroso e Bacelar (1999 *apud* Ferretti, 2001a) demonstram em coletânea de diversos artigos que o tema do sincretismo afro-brasileiro está longe de chegar a um consenso, é bastante atual e envolve-se diretamente com os conflitos intelectuais e sociais da sociedade brasileira.

De acordo com Ortiz (1980, p. 97) o que deve ser criticada é a concepção de sincretismo que o considera exclusivamente como “o resultado de uma série de adições de tradições diferentes, mas que negligencia completamente a lógica interna que preside a aproximação dos termos sincréticos”. Para o autor, esses não podem ser dispostos de qualquer forma, muito pelo contrário, eles obedecem a uma certa ordem lógica que faz do sincretismo um fenômeno distinto de uma simples adição de elementos diversos.

O sincretismo se distancia em muito da noção de mistura e incoerência. Cada elemento possui significações próprias e só podem ser relacionados com outros segundo uma lei de similitude que regulamente a disposição entre eles. Assim, se Iemanjá se assimila à Virgem Maria, é porque existem caracteres similares entre elas [...] (ORTIZ, 1980, p. 97).

Ortiz (1980) acredita que Bastide (1970) explica de forma interessante este fenômeno, em um estudo sobre memória coletiva negra e bricolage. Para ele, memória coletiva é uma memória estruturada, um sistema de relações, onde cada elemento tem um lugar determinado, e o conjunto de todos os elementos só tem sentido enquanto resultado das interações dos elementos que o forma. É esta concepção de memória que permite resolver dois problemas: o do esquecimento e o da seleção de lembranças.

O afro-americano, arrancado de seu país de origem, sofre uma perda de sentido na sua própria representação do mundo e na sua religião. Ele procura então, no novo mundo, elementos que em princípio preencheriam esse vazio de sentido; entretanto esses elementos não são simples adições, mas se organizam em um todo coerente. [...] a escolha se fixaria sobre alguma coisa similar que pudesse reconferir sentido ao conjunto desta concepção. A definição de sincretismo deriva ao mesmo tempo do sentimento da perda de sentido assim como do esforço que faz o afro-americano para preenchê-lo, “o sincretismo consiste em se unir os pedaços das histórias míticas de duas tradições diferentes em um todo que permanece ordenado por um mesmo sistema” [BASTIDE, 1970, p. 101]. Ele é portanto um bricolage (ORTIZ, 1980, p. 100).

No entanto, esse processo de bricolage se refere principalmente ao processo de elaboração das próprias religiões afro-brasileiras, ou seja, a forma como o candomblé teria se formado não enquanto uma religião africana, mas sim como uma religião afro-brasileira. Ortiz (1980) chama a atenção para o fato de que, em outros casos, em particular do sincretismo entre santos católicos e orixás, que o sincretismo não resulta de nenhuma ausência de sentido no sistema significativo

africano, pois o deus existia antes e continua a existir após o fenômeno de sincretização. “Não existe por assim dizer uma perda do orixá e em seguida um processo de bricolage sobre matéria oferecida pela Igreja católica” (ORTIZ, 1980, p. 100).

Para Ferretti (2001b), portanto, o sincretismo pode ser visto como uma característica do fenômeno religioso em si. Para o autor, isso não significa desmerecer nenhuma religião, mas constatar que, como os demais elementos de uma cultura, a religião constitui uma síntese integradora, englobando conteúdos de diversas origens. “Tal fato não diminui mas engrandece o domínio da religião, como ponto de encontro e de convergência entre tradições distintas” (FERRETTI, 2001b, p. 5).

Este autor não concorda que se deva simplesmente negar ou esconder o sincretismo, afirmando que foi um fenômeno que só funcionou no passado e hoje está em desaparecimento. Para ele, pode até ser que, no futuro, o sincretismo afro-católico venha a se reduzir, por exemplo, na identificação de exterioridades entre santos e orixás. Mas na atualidade, não se pode negar sua existência, por se pretender ou desejar que ela desapareça. Ele continua defendendo sua visão afirmando que “a identificação ambígua entre santos e orixás, que perturba líderes e intelectuais ligados aos cultos afro-brasileiros, a nosso ver existe mais na cabeça de intelectuais que falam do povo do que nas práticas populares” (FERRETTI, 2001b, p. 6).

Sansi (2003) em seu estudo sobre duas festas públicas na Bahia – a Lavagem do Bonfim (Salvador) e a Festa da Boa Morte (Cachoeira) – parece concordar com esta visão. Para ele

A correspondência simbólica entre Senhor do Bonfim e Oxalá é evidente na Bahia. Mas, quer isso dizer que a lavagem do Bonfim seja, “de fato”, um ritual para Oxalá? Não pode ser simplesmente o que parece, e o que a maior parte dos participantes dizem quando interrogados pelos jornais: um ato de homenagem, uma promessa paga (*sic*) ao Senhor do Bonfim? Não é possível aceitar que as pessoas sejam de candomblé e católicas ao mesmo tempo? (SANSI, 2003, p. 156)

Para ilustrar a afirmação de Sansi, basta um rápido registro fotográfico da Lavagem do Bonfim. A imagem das baianas nas escadarias da Igreja é uma das imagens mais conhecidas e associadas às festas baianas (Figuras 1 e 2, p. 110). Da

mesma forma, na Festa de Iemanjá, também é possível observar elementos do catolicismo e do candomblé lado a lado (Figura 3).



Figura 1 – Lavagem do Bonfim: Igreja.
Foto: Gabriel Silva. Janeiro/2006.



Figura 2 – Lavagem do Bonfim:
Baianas.
Foto: Gabriel Silva. Janeiro/2006.



Figura 3 – Festa de Iemanjá.
Fotos: Gabriel Silva. Fevereiro/2006.

O autor acredita que o caso da Boa Morte apresenta questões similares ao Bonfim, ou seja, a negociação entre imagens católicas e de candomblé no transcurso das festas públicas, e a alteração histórica de uma celebração religiosa

popular que se transforma em uma manifestação da cultura brasileira. Ele explica que para alguns autores “o Catolicismo seria contexto, forma, fantasia e o Candomblé verdade, conteúdo real, fundo” (SANSI, 2003, p. 161). No entanto, conforme pode ser visto através de depoimentos das “irmãs” da irmandade da Boa Morte no documentário *Eu vi Boa Morte Sorrir...* (1996), ao responder a sua própria pergunta, feita anteriormente, o autor defende que:

As roupas das irmãs, os pratos que elas cozinham, podem ser associados ao Candomblé, sendo a estrutura geral da festa perceptivelmente católica. Todas elas, de fato, são pessoas do Candomblé, o que não é qualquer coisa de excepcional em Cachoeira. Elas, porém, não reconhecem que Boa Morte seja um ritual de Candomblé. [...] elas se declaram católicas e devotas da “santinha” (SANSI, 2003, p. 161).

Em relação à discussão sobre o sincretismo, tão complexa e que apresenta argumentos tão contraditórios, pode-se resumir a situação dos debates que vem sendo travados no campo acadêmico da seguinte forma:

Durante um século, através de correntes teóricas diferentes, muita coisa foi escrita sobre sincretismo entre nós. Alguns acham que se deve evitar falar em sincretismo. Outros falam em dessincretização, ou africanização ou reafricanização, em relação às religiões de origens africanas no Brasil. [...] A trajetória desse conceito permite visualizar disputas acadêmicas e políticas, que acompanham análises de nossa realidade. Sincretismo, cultura, identidade, etnicidade e outras categorias sociais complexas necessitam continuar a serem pensados e repensados, com a colaboração de diferentes ciências e correntes de pensamento. É importante lembrar que a própria definição dessas diversas categorias, como do fenômeno do sincretismo, continua constituindo um desafio para os especialistas (FERRETTI, 2001a, p. 24).

Portanto, acredita-se que seja uma falha bastante grave utilizar o termo sincretismo como um rótulo esvaziado de sentido, como pode ser observado no discurso do turismo, principalmente na propaganda da Bahia como destino turístico, promovida pelos órgãos oficiais de turismo do Estado, uma vez que se trata de um fenômeno complexo e rico que merece maior discussão. Muitas das queixas feitas pelos intelectuais e líderes de movimentos negros ou ligados às religiões afro-brasileiras são precisamente resultado dessa falta de reflexão que é imposta por alguns setores econômicos – como o turismo e a mídia – e ficam impregnados no senso comum, causando confusão quanto à sua compreensão enquanto um importante processo sociocultural não só da sociedade baiana, como também da brasileira.

3.3.2. E a tal baianidade?

O conceito de baianidade também é bastante polêmico. De um lado representa alguns elementos que, como será visto a seguir, permeiam o imaginário coletivo de baianos e não-baianos há muitos anos, e resume uma série de características que, se estão longe de serem homogêneas, podem servir para representar alguns grupos, principalmente de Salvador e do Recôncavo, e seus processos de construção socioculturais ao longo da história. Por outro lado, representa uma tentativa das forças hegemônicas do Estado, principalmente relacionadas ao poder público, à mídia e ao empresariado da área turística, de forjar um rótulo que possa ser colado a todo o Estado, numa tentativa de homogeneizar o que é, em si, bastante heterogêneo: a cultura (ou melhor, as culturas baianas), em um Estado cujas regiões passaram por processos históricos, econômicos, sociais e culturais bastante diferenciados e, portanto, não cabem dentro de tal simplificação. No entanto, o que não se pode negar é que este discurso de fato existe, interessa a certos setores específicos, e tem demonstrado ser bastante poderoso, principalmente para fins artísticos e turísticos.

A chamada baianidade, ou Idéia de Bahia, pode ser entendida através da interpretação de Pinho (1998) que a entende como sendo: o sentimento de diferença que baianos têm em relação ao resto do país e do mundo; o fato de que este sentimento é constituído a partir de narrativas específicas; que estas narrativas condensam conteúdos particulares; que estes conteúdos são ideológicos; que esta ideologia é tanto a base para construção de um consenso político com vistas à dominação, como a base para a reprodução de uma multiplicidade de bens simbólicos, negociados no mercado internacional da cultura. Isso pode ser visto nos exemplos da indústria fonográfica e do turismo.

Outras interpretações acerca do tema da baianidade também podem ser vistas através de Pinto (2001), para o qual:

[...] a noção de “baianidade” pode ser pensada como a representação de um *modus vivendi* baiano ideal, distinto do resto do país e dotado de características bem peculiares. De fato, podemos pensá-la como uma construção identitária recente, desenvolvida em grande parte por uma subelite regional ligada às artes e às letras, em função de uma matriz simbólica “popular” local. E esse substrato identitário, por seu turno, tornou-se um

terreno bastante fértil para o cultivo de uma imagem turística ligada, principalmente, a um passado “africano” que não passa e ao moderno carnaval elétrico (PINTO, 2001, p. 1).

Ou, ainda, através da obra de Moura (1999 *apud* Pinto, 2001), esse tema de fundamental importância e que permeia a maior parte das discussões atuais sobre cultura baiana na contemporaneidade pode ser entendido como uma representação, “o nome de nossa máscara típica e pública”, que é dotada de algumas características próprias como familiaridade, sensualidade, religiosidade e negociação política.

Pinto (2001) cita ainda a contribuição importante de Risério (1993) para a discussão acerca do tema da baianidade. Segundo ele, “o mito baiano é um fato” que possui pilares de sustentação bem nítidos.

O mito baiano está assentado num tripé: antiguidade histórica, originalidade cultural, beleza natural e urbana. Foi a partir desses elementos, que são reais, que o mito evoluiu, dos tempos coloniais aos dias de hoje. [...] Atualmente – e ainda a partir de elementos reais – é a vez dos negros idealizarem ao extremo o “axé” da Bahia. É um mito persistente e rico (RISÉRIO, 1993 *apud* PINTO, 2001, p. 4).

No entanto, Guerreiro (2005), em sua obra que analisa a importância da contribuição do olhar do turista para a construção da cidade imaginada, declara que:

Não se pode [...] reduzir a “baianidade” a uma única representação ou perspectiva. Talvez seja mais rico falar em “baianidades”. Há uma baianidade que é a experiência concreta das pessoas que interagem em Salvador e seu Recôncavo, ou seja, o ser e estar do baiano em sua vida cotidiana (assim como há mineirismo, gauchismo, carioquismo). Há ainda a construção política de uma diferença regional e local. Há a baianidade que se delinea no mundo das artes, na literatura, música, dança, artes plásticas, expressões culturais que estão ancoradas nesta mesma vida cotidiana. E há a imagem turística que se apóia na interface dessas várias perspectivas (GUERREIRO, 2005, p. 15).

Sob essa idéia de baianidade (e aqui será utilizado o termo baianidade e não baianidades, no plural, por se tratar da forma como é mais difundido pelo turismo) está reunido um arsenal simbólico. Trata-se de uma densa rede cultural que dá sustentabilidade a práticas discursivas e que se reitera constantemente através de suas mutações: como gosto estético que orienta o consumo, como verdade essencial sobre a natureza do povo baiano, como mito de origem da celebrada e

propalada diferença cultural da Bahia, como *ethos* político de um povo, encarnado na figura de seus governantes, etc. (PINHO, 1998).

Parece existir um senso comum no que se refere aos textos que dão origem e fixam este imaginário sobre a Bahia e para a disponibilização objetiva de uma simbologia da cultura baiana. Para Pinho (1998) estes são: a obra de Jorge Amado e o que ele chama de “guias de baianidade”. Segundo o autor, estes textos são a matriz simbólica para diversas outras representações que hoje se reproduzem.

Os livros que Pinho (1998) chama de “guias de baianidade” e que são publicados desde a década de 1940 como uma espécie de guia de turismo literalizado²¹.

Estes livros apresentam uma estrutura em si muito semelhante, colocam lado a lado personagens, festas folclóricas, um pouco de história, riquezas naturais e culturais e reflexões para-antropológicas sobre o caráter das relações raciais. [...] A continuidade histórica deste gênero revela tanto o procedimento deliberado de reiteração ideológica desta matriz interpretativa – a baianidade – como sua inclusão num campo articulado [...] de práticas e significados que garantem as condições de sua legibilidade e reprodução (PINHO, 1998, p. 5).

É na década de 1940, com o início da publicação das obras citadas (e outras) que o discurso de baianidade, começa a ser conhecido fora das fronteiras da Bahia. O discurso pode ser antigo, mas é recorrente e forma a base da retórica da baianidade que é vigente até os dias de hoje.

Existe uma cultura baiana com características próprias, originais? Creio que sim. Aqui toda cultura nasce do povo, poderoso na Bahia é o povo, dele se alimentam artistas e escritores [...]. Essa ligação com o povo e com seus problemas é marca fundamental da cultura baiana que influencia toda cultura brasileira da qual é célula *mater* (AMADO, 1973 [1945] *apud* PINHO, 1998, p. 5).

Pinho (1998) ainda ressalta o fato de que, muitas vezes, este discurso clama demonstrar a “verdade interior” da Bahia, que é descrita como essencialmente popular e como doadora de valores intrinsecamente nacionais para o Brasil como um todo.

Um *slogan* publicitário conhecido que é utilizado pelos órgãos de turismo do Estado (que foi altamente divulgado na época da comemoração dos 500 anos de

²¹ São citados como exemplos: *Bahia de Todos os Santos* de Jorge Amado (1973), *As sete portas da Bahia* de Carybé (1976), *Festas tradicionais da Bahia* de Jayme de Faria Góes (1961), *Breviário da Bahia* de Afrânio Peixoto (1945) e *Bahia, cidade feitiço* de Carlos Torres (1961).

descobrimto do país) é “Bahia, o Brasil nasceu aqui”. Esse *slogan* é utilizado para remeter não apenas à idéia de “nascimento físico” com a chegada dos portugueses, mas de nascimento cultural, de existência de raízes (principalmente étnicas e culturais). A Bahia seria o local, por excelência, das primeiras miscigenações étnicas e do surgimento da “autêntica” cultura brasileira.

A condição multirracial local é constantemente ressaltada e as diferentes “raças” aparecem em alguns momentos distribuídas em um esquema preconcebido e atemporal de atributos. As mulheres são evocadas como uma das maravilhas da “boa terra”, termo comum utilizado para se referir à Bahia (PINHO, 1998) – e isso remete a outro *slogan* publicitário muito utilizado pelos órgãos de turismo estaduais, “Terra da Felicidade”.

É recorrente [...] a idéia de uma Bahia eterna, verdadeira, profunda. Uma Bahia que é herdeira da tradição barroca colonial e do “fetichismo” negro africano. Esta Bahia eterna e profunda é uma Bahia fusional e sincrética, onde a criatividade da cultura advém da miscigenação (CARYBÉ, 1976 *apud* PINHO, 1998, p. 6).

Essa consciência de que o “exotismo” pode ser vendido como uma mercadoria – seja na forma de pacotes de turismo ou de bens culturais – é amplamente reconhecida pelos principais agentes interessados em promover a idéia de baianidade: órgãos oficiais de turismo, empresários do *trade*, mídia, etc.

Diversos autores abordam a importância da cultura e do turismo (e suas inter-relações) para a economia do Estado, conforme resume bem Pinto:

É ponto pacífico a idéia de que as indústrias do turismo e do lazer compõem, atualmente, um setor muito importante na economia soteropolitana, e que sua afirmação implica na elaboração de uma complexa trama identitária cuja projeção, em esfera nacional, requer a construção e a afirmação de uma forte marca de Bahia ligada a festividades populares e atividades lúdicas (PINTO, 2001, p. 1).

Já através da análise da obra de Guerreiro (2005), podemos destacar outros elementos, além da literatura (mas também esta), que influenciaram a construção do conceito de baianidade. Para a autora o processo tem início nos anos 1960 que foram profundamente marcados pela contracultura, a revolução comportamental de uma juventude que questionou os padrões da cultura ocidental.

Na Bahia, essa vanguarda artística foi capitaneada por Glauber Rocha, Caetano Veloso, Gilberto Gil e Raul Seixas, figuras emblemáticas do movimento da

contracultura em nível nacional. Esses artistas são herdeiros do contexto local que foi forjado a partir dos anos 1950.

Entre as décadas de 1950 e 1960 a Cidade da Bahia²², ancorada em práticas culturais tradicionais, achou-se de repente sob um forte influxo de informações internacionais. Parte substancial delas vinha das vanguardas estético-intelectuais européias do período anterior à II Guerra Mundial, especialmente nas áreas de música, dança e cinema. [...] Em termos extraestéticos, despontava a formação de uma consciência socioantropológica baiana [...] A produção universitária, os ateliês, o cineclubismo, os suplementos jornalísticos, etc., configuravam uma teia elétrica de signos, injetando dados e idéias novas no espaço cultural da província (RISÉRIO, 1995 *apud* GUERREIRO, 2005, p. 11).

É desse cenário cultural que resultam as expressões artísticas do Cinema Novo e da Tropicália. A partir do final dos anos 1960 a produção cultural dos artistas baianos ocupava uma importante posição no imaginário nacional. A juventude brasileira passa a ver a Bahia como fonte mítica encantada (GUERREIRO, 2005). Os jovens do Sudeste descobriram o carnaval de Salvador e o candomblé. A Bahia oferecia a seus olhos o exotismo de uma religião ancorada na tradição de povos africanos que desafiava a racionalidade ocidental. A invenção dessa religiosidade mestiça é, sem dúvida, um dos traços locais mais marcantes até hoje. Afinal, conforme destaca Guerreiro (2005), não é todo lugar que inventa sua própria religião. Essa aura de autenticidade e originalidade combinava perfeitamente com o imaginário da época. O candomblé constituía-se também como fonte de inspiração para artistas plásticos baseados em Salvador, como Carybé, Calazans Neto, Mário Cravo, Carlos Bastos e fotógrafos do porte de Pierre Verger²³ que também ajudaram a veicular uma imagem “legítima” da Bahia.

Guerreiro (2005) concorda com Pinho (1998) sobre a importância da obra de Jorge Amado. A autora ressalta que embora a literatura tenha sido pouco influenciada pela onda experimentalista varrida da cena local pela ditadura militar, o campo literário foi uma expressão privilegiada de construção de imagem da capital baiana. Além disso, destaca a veiculação massiva das obras do autor através da teledramaturgia e do cinema.

De fato, a narrativa amadiana constrói uma imagem poderosa da Bahia. Em certa medida as mãos de um autor, com vocação de cicerone, decalcam

²² Forma popular e bastante antiga como é conhecida a cidade de Salvador pelos baianos.

²³ Pierre Verger veio para a Bahia depois de ter lido o livro de Jorge Amado “Jubiabá” (1935).

uma ambiência e um modo de ser do povo baiano. Ciente de sua vocação, Jorge Amado chegou a escrever “Bahia de Todos os Santos: guia de ruas e mistérios”. Sem dúvida o melhor guia turístico já produzido sobre a cidade (GUERREIRO, 2005, p. 13-14).

No entanto, apesar da força da imagem construída pelos literatos e cineastas e do seu grande poder de veiculação em todas as mídias, Guerreiro (2005) acredita ser possível dizer que foi (e ainda é), no campo da produção musical que a imagem da Bahia se estabelece e reproduz com mais vigor no imaginário nacional. Para a autora não é necessário mencionar o papel de Dorival Caymmi, João Gilberto, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Maria Bethânia, Gal Costa, entre outros nomes importantes da música popular brasileira para a idealização da Bahia – suas entrevistas, atitudes e canções são peças fundamentais do processo.

Zanlorenzi (1998) concorda com esta opinião. Em sua tese, em que analisa o mito da preguiça baiana como construção simbólica e busca compreender seus mecanismos de elaboração e propagação, relacionando-o ao racismo, a autora acredita que a idéia da baianidade “negativa” (associada à preguiça, ou seja, aversão ao trabalho e propensão aos festejos o ano inteiro) foi construída baseada no discurso dos meios de comunicação (especialmente jornais) do sudeste à época da migração nordestina (principalmente na década de 1950). Já a idéia de baianidade “positiva” (associada à tranqüilidade, alegria e harmonia) foi criada e divulgada através do discurso de intelectuais e artistas baianos mais fortemente a partir dos anos 1960 (quando muitos deles passam a ser conhecidos em todo o país) e depois (lentamente a partir de 1968 com a criação da BAHIATURSA e durante a década de 1970), e com mais força sobretudo a partir da década de 1980, quando as festas, o carnaval e a cultura afro-baiana começam a ser enfatizadas pelo discurso turístico.

E para melhor compreender a eficácia da imagem construída é importante destacar que a existência de uma rede de contatos entre todos esses personagens do meio artístico e intelectual foi de grande importância para construir essa narrativa que é conhecida como baianidade, que se trata de uma construção de identidade que atravessa décadas sem perder sua força.

É importante destacar que o significado que é atribuído por estas instituições à baianidade trata-se de uma construção genérica do senso comum, que está relacionada a uma série de fatores religiosos, culturais e étnicos forjados

através de sua presença nos discursos literários, musicais, cinematográficos, televisivos, folclóricos, entre outros e que são cotidianos à vida da população local. Obviamente esse discurso não é representativo de toda a realidade baiana (à medida que não podemos falar em uma identidade local ou uma cultura local), pois esta resulta de um processo histórico e social complexo. No entanto, sua importância discursiva reside no fato de ser um termo que, independente das diferenças entre as diversas regiões do Estado e mesmo dentro de cada cidade baiana, está presente no imaginário coletivo da população como sendo representativo do modo de ser do baiano – esse “baiano genérico” que aparece na mídia, e, por sua força, vem sendo utilizado como uma importante estratégia de marketing turístico.

A baianidade, possui como elemento constitutivo a noção de sincretismo e a noção de caráter festivo. Portanto, para completar esse quadro conceitual que faz parte da estratégia turística do estado, se analisa a seguir a relação entre festas e turismo na Bahia.

Isso para que seja possível verificar de que forma, o discurso da baianidade – que saiu das ruas da cidade (e vale lembrar aqui que esta é uma noção que se aplica principalmente à capital Salvador e ao Recôncavo), passou às manifestações artísticas e chegou aos meios de comunicação de massa – começou a ser utilizado pelos órgãos oficiais de turismo do Estado.

3.3.3. Festas e turismo na Bahia

Nesta seção procura-se compreender de que forma as festas baianas – em especial aquelas associadas pela propaganda turística à noção de baianidade e sincretismo, ou seja, festas que podem ser consideradas populares e de caráter religioso (apesar de apresentarem em sua constituição tanto elementos sagrados quanto profanos) realizadas na região de Salvador e do Recôncavo – podem ser consideradas como fundamentais para o turismo local. Em primeiro lugar serão apresentadas algumas características dessas chamadas festas de largo e em seguida de que forma essa imagem está relacionada ao turismo baiano, principalmente ao cultural, ao étnico e ao religioso.

Como festa de largo aqui se considera aquelas que reúnem no momento de sua realização elementos sagrados e profanos e contam com uma participação

popular intensa e, por isso, são denominadas também de festas populares religiosas – sendo o caráter religioso associado à participação e celebração da esfera religiosa e o caráter popular associado às comemorações profanas que acontecem simultânea ou posteriormente ao que pode ser considerado sagrado, sendo que, como já foi visto, essas esferas são indissociáveis na grande maioria das vezes.

De acordo com a caracterização de Serra (1999), a festa de largo compreende sempre um rito, ou um conjunto de ritos sacros, cujo foco espacial é um templo – eles têm lugar no interior de uma igreja e/ou para ela se voltam. No entanto, o que é importante, neste caso, é que as cerimônias sagradas centradas no templo não constituem a totalidade da festa deste tipo. Ela inclui ainda a realização de outras atividades que têm lugar nas imediações do templo – geralmente num largo²⁴, daí sua denominação. São essas outras atividades que vêm a ser, normalmente os folguedos (ou festas) populares. Além disso, a festa pode ainda compreender uma feira ou outras atividades que associam comércio com diversão pública. Um traço característico da configuração espacial desse tipo de festas, por exemplo, é um estabelecimento típico: as barracas, onde são preparadas comidas (principalmente tira-gostos) e armazenadas bebidas para venda aos participantes por parte dos barraqueiros. O tempo de duração das festas de largo é variável e o que o define normalmente é o tempo do rito sagrado, no entanto, às vezes ocorrem prolongamentos que acabam se estabelecendo²⁵.

O autor insiste no que chama de polaridade ritual que define a estrutura deste tipo de festas:

Entre os atos solenes que transcorrem no interior do templo e as manifestações populares que sucedem no domínio imediatamente oposto (o largo), há contrastes que podem assumir graus diversos. Em muitos pontos há inversão. A expressão “festa de largo” já dirige a atenção para o que ocorre no espaço fronteiro à igreja, mas o que então se dá no largo tem sua oportunidade determinada pelo que acontece no templo. A maioria absoluta dos freqüentadores das festas de largo só quer divertir-se, mas uma grande parte deles “dá valor” ao que se faz na igreja, ainda que esse “dar valor” se limite a um simples testemunho de aceitação da realidade do sagrado [...] Por outro lado, muitos dos que vão à igreja não participam das folias do largo. Porém há os que se fazem presentes nos dois espaços da festa (SERRA, 1999, p. 57).

²⁴ Serra (1999) chama a atenção para o fato de que o largo não precisa ser necessariamente uma praça na frente da igreja e que a festa pode ocorrer em outro espaço, não contíguo ao templo.

²⁵ O autor cita o exemplo da “Segunda Feira da Ribeira” ou “Segunda Feira Gorda”, como também é chamada que surgiu como um prolongamento da Festa do Bonfim (SERRA, 1999, p. 90).

Serra (1999) descreve as contradições que normalmente se observam entre os dois espaços a que se refere: de um lado, o que acontece na igreja – ordem, solenidade, circunspeção, recolhimento, decoro, discricão, atitude pública pacífica e reverente, com a atenção chamada para o eterno – do outro, o que acontece no largo – conduta informal e espontânea, sensualidade, irreverência, disposição promíscua e permissiva, atitudes provocantes (de intenção erótica ou agressiva), embriaguez, conflitos e tumultos, com toda a atenção voltada para o efêmero.

Ele explica que essa oposição ritual entre os espaços da igreja e do largo veio a ser efetivamente marcada, na cultura baiana, através de procedimentos simbólicos expressivos, que envolvem precisamente o jogo entre sagrado e profano. Alguns ainda estão em vigor, outros entraram ou começam a entrar em desuso. O autor atribui um significado histórico ao abandono progressivo desses procedimentos, ao fato de que eles perdem impacto ou seus vestígios se debilitam e é assim que o sentimento religioso se enfraquece no horizonte das festas de largo – como ele explica que aconteceu com o caso do carnaval (SERRA, 1999). Essa comparação parece importante, uma vez que as festas de largo, principalmente em Salvador, acontecem no período chamado de “ciclo de verão” e servem como uma antecipação à folia carnavalesca, a grande festa da cidade. Devido também à lógica de indústria cultural em que as festas locais estão inseridas, principalmente como decorrência do sucesso do carnaval como produto midiático e turístico, acredita-se que essa relação pode ser importante. Vale destacar que sempre que se referem ao risco de perda da tradição das festas de largo, as pessoas costumam utilizar a expressão “carnavalização” com esse sentido negativo.

Para explicar esse processo de transformação do caráter festivo, Serra (1999) utiliza precisamente a comparação com o carnaval que, no mundo todo, há muito se destacou do contexto religioso onde os marcos referenciais de um calendário litúrgico o assinalavam como uma espécie de intervalo profano. Segundo ele, se na Bahia a relação entre o período carnavalesco e esses marcos se fez sensível por mais tempo, isto se deve à existência, na capital baiana, de um grande ciclo de festas de largo, caracterizadas por envolverem elementos de folia e atos de culto, precedendo o carnaval – assim, era possível e lógico situar o carnaval entre essas grandes festas e uma série de celebrações que envolvem apenas atos de culto.

No passado remoto, na Europa (e também na América Latina), o carnaval era plenamente caracterizável como uma festa profana, num antigo e fundamental sentido do termo: o período correspondente era definido por oposição a um tempo sagrado, contrastava com períodos referidos a ritos sacros. [...] É claro que isso já não ocorre: o carnaval não é mais uma festa “profana” em sentido estrito – no sentido que este conceito vem a ser oposto e correlato ao de sagrado, ligando-se um ao outro de maneira indissolúvel, lógica e necessária. O carnaval secularizou-se decisivamente, perdendo os vínculos que o uniam (embora em termos antitéticos) a um campo religioso. Apesar disso, no carnaval da Bahia (e por certos em outros, mundo afora), ainda se pode encontrar alguns traços de oposição sagrado x profano (SERRA, 1999, p. 78).

O autor chama a atenção para o fato de que também nas festas de largo baianas está em curso um vigoroso processo de mudança que segue o mesmo rumo. Para ele, isso se evidencia no distanciamento cada vez maior entre os campos simbólicos correspondentes aos domínios opostos onde elas transcorrem – o templo e a rua, enquanto lugares de festejo. Os acontecimentos do largo estão tendendo a assumir independência total em relação às celebrações na igreja, de forma que a oposição destes espaços faz-se progressivamente menos complementar do ponto de vista simbólico e, em alguns casos, a ruptura é quase completa. “As festas de largo do ciclo de fim de ano em Salvador tornam-se, a rigor, pré-carnavalescas, em todos os sentidos” (SERRA, 1999, p. 78).

Para Serra (1999), este tipo de mudança está associado à massificação do fenômeno, que não acontece mais num contexto predominantemente comunitário. No seu ponto de vista, e isso parece importante para as discussões que estão sendo apresentadas, o que se observa é que

O círculo da comunidade festeira dilui-se num horizonte maior: hoje é uma multidão em grande medida amorfa que acorre a essas festas, consumindo aí diversões produzidas à sua escala, e de acordo com o código da “cultura de massa”. O espaço que correspondia a um circuito tradicional agora comporta a superposição de distintos canais de difusão de mensagens variadas. A própria tradição torna-se um bem de consumo, levado a mercado pelas agências de turismo (SERRA, 1999, p. 79).

Apesar e por causa disso, as festas de largo baianas não podem ser compreendidas sem que se compreenda a importância de suas origens tradicionais. Serra (1999) explica que tipologicamente elas correspondem

[...] ao modelo de velhas celebrações católicas populares europeias, realizadas em dias santos, em centros urbanos, com grande concentração

de povo, intensa movimentação comercial e lúdica: um paradigma cristalizado na Idade Média, mas que se manteve com vigor não só na Moderna como bem depois – apesar dos esforços sistemáticos empreendidos pela Igreja e pelo Estado para restringir esses festejos, que sempre ameaçavam escapar-lhes ao controle... Esse trabalho de repressão veio a ser em grande medida vitorioso; mas em alguns lugares as festas do gênero sobreviveram, preservando muitos dos traços que as faziam transcender o raio das instituições envolvidas em sua origem (SERRA, 1999, p. 79).

No entanto, não se podem considerar apenas as origens católicas das festas de largo baianas. O autor lembra que uma característica importante dessas manifestações vem a ser o sincretismo que as afeta, em maior ou menor medida. Isso porque muitas delas, na Bahia, são realizadas, interpretadas e vividas à luz de diferentes perspectivas religiosas – de acordo com crenças, valores, doutrinas e símbolos diferentes em suas origens, mas que se combinam aos olhos de segmentos expressivos da população. Para o autor, no entanto, o sincretismo é mais um fator, entre outros, da complexidade simbólica desse tipo de festa, que supõe a “vigência de consensos significativos, mas também envolve, por outro lado, um fluxo de sentido e interesses diversificados, fazendo-se interpretar por seus participantes de modos que diferem e variam” (SERRA, 1999, p. 80). Isso porque, compõem-se às festas de largo baianas – principalmente às maiores e mais importantes do calendário – gente devota como pessoas que não têm qualquer preocupação religiosa e circulam na rua com o único intuito de diversão; crentes que entendem as celebrações exclusivamente de acordo com o catolicismo; aqueles que cultuam os santos do cristianismo ao mesmo tempo que os orixás do candomblé; e aqueles que não cultuam nem um nem outro, mas os respeitam e identificam.

Couto (2004) que em sua tese de doutorado estuda as festas de Santa Bárbara, Nossa Senhora da Conceição e Sant’Anna em Salvador no período de 1860 a 1940, tratando de analisar suas transformações históricas, acredita serem incômodas algumas abordagens em que as manifestações de religião popular devem ser compreendidas como algo imóvel, anacrônico e com forte tendência a degenerar-se. As transformações são encaradas como degenerações e a incorporação de qualquer elemento novo é considerada negativa e podendo levar ao seu desaparecimento. E chama a atenção para que “a diferença entre vivência religiosa dos padres e a do povo é que os religiosos acreditam ser o cristianismo deles puro e o único verdadeiro, e o povo não tem problema de ortodoxia e autenticidade” (COUTO, 2004, p. 48).

Já em relação à presença de elementos sincréticos nas festas baianas serem aparentes ou reais ela afirma que atualmente o clero, os principais líderes do candomblé e os intelectuais defendem que elementos do catolicismo e do candomblé podem estar presentes na mesma festa, mas os ritos católicos e africanos não se confundem (COUTO, 2004).

A autora destaca também a importância das irmandades para a realização das festas na Bahia, uma vez que a rivalidade entre as irmandades contribuía para a realização de espetaculares festas especialmente em Salvador. “O principal objetivo de uma irmandade de devoção era agrupar certo número de fiéis em torno da veneração a um santo escolhido como padroeiro, manter o culto e promover a festa” (COUTO, 2004, p. 64). E ela destaca, referindo-se ao período de sua pesquisa:

A maior expressão da devoção na Bahia era a realização dos festejos em homenagem a um determinado santo, que incluíam novenas, procissões, foguetório, banquetes e bailes populares. Afinal, as festividades não eram exercícios públicos de piedade, mas uma ocasião propícia aos divertimentos e à interligação entre o sagrado e o profano. Todas as festas – mesmo civis – tinham caráter religioso e para cada tempo litúrgico uma forma de comemoração. Durante o verão aconteciam as maiores e mais concorridas festividades na cidade do Salvador. Os meses de dezembro, janeiro e fevereiro eram, como ainda hoje, repletos de manifestações do catolicismo lúdico e espetacular (COUTO, 2004, p. 65).

De acordo com a autora, no entanto, nem tudo acontecia em clima de harmonia, pois detecta em seus estudos repetidas tentativas de reformar a religiosidade popular – algo que ela ressalta não ser exclusivo na Bahia, mas também em outros estados brasileiros. Havia essa preocupação em reformar os costumes do povo e o clero reformador considerava que o catolicismo dos baianos, sobretudo da população negra e de baixa renda, restringia-se a um nível puramente exterior, sem atingir a alma. Por isso, freqüentemente misturavam a fé católica com outras crenças religiosas, a superstição e o sincretismo. As festas em homenagem aos santos tradicionais, como Santa Bárbara, São Gonçalo, São Jorge, São Cosme e São Damião, São Jerônimo, Santo Antônio, São Lázaro, São Roque, São Sebastião, Sant’Anna, Nossa Senhora e Senhor do Bonfim, e que eram apropriados pelos descendentes de africanos em seus terreiros de candomblé, na impossibilidade de serem extintas, deveriam aos poucos, de acordo com o clero, serem substituídas (COUTO, 2004).

Porém, ao contrário do clero, todos os demais atores envolvidos na organização ou aqueles que queriam apenas participar das festas aguardavam com ansiedade sua chegada.

Os diferentes preparativos para as festas demonstram a mistura entre as atividades de devoção – ornamentação do itinerário das procissões, arrumação das igrejas e a iluminação para as missas e novenas – e as profanas – preparação para as apresentações de música e dança, montagem de barracas para comida, bebida e jogos. Religiosidade popular, festa e sensualidade se misturavam no imaginário e nas atitudes dos baianos. A carnavalização das festas católicas era praticada por quase toda a população baiana: brancos, negros e mestiços. “A invasão mundana do sagrado não tinha cor”, afirma João Reis [*A morte é uma festa*, 1991, p. 66]. Além disso, o entrelaçamento entre o sagrado e o profano não era exclusividade apenas de um grupo social nem dependia de condição econômica. Desse processo faziam parte os homens livres, escravos, libertos, ricos e pobres (COUTO, 2004, p. 160).

As festas populares religiosas baianas, apesar de possuírem suas singularidades, tinham algumas características em comum, segundo a análise de Couto (2004) que correspondem também ao estudo feito por Amaral (1998) das festas brasileiras: queima de fogos; abundância de comida e bebida; leilões, jogos e divertimentos; música, dança e utilização de máscaras; apenas para citar as de maior destaque.

De acordo com Couto (2004) as manifestações exteriores de fé e os divertimentos populares, presentes nas festas religiosas de Salvador, apesar de terem sido muitas vezes criticados, também receberam defesas apaixonadas. Ela destaca que, às vezes, os mesmos críticos – cronistas e jornalistas, principalmente – que escreviam textos nos quais falavam sobre a necessidade de conter os abusos e civilizar os costumes, ao mesmo tempo, defendiam a permanência dos festejos populares que caracterizavam a cidade.

No que se refere à manutenção de tradições, segundo Vovelle (1991 *apud* Couto, 2004), toda festa só pode pertencer ao seu próprio tempo. Quando as antigas motivações, como a religião e a sociabilidade não despertam mais o interesse dos organizadores e participantes, não adianta tentar recriar ou ressuscitar determinada festividade. Entretanto, a autora faz uma ressalva, pois nem sempre as festas são modificadas ou deixam de ser realizadas apenas pelo desinteresse de seus organizadores, algumas vezes isso pode ocorrer como resultado de outros

fatores, principalmente em períodos que passam por fortes mudanças políticas, econômicas e culturais.

Pires Neto (2005), em sua obra que analisa a série de documentários *Bahia Singular e Plural* da TV Educativa da Bahia defende que os folguedos, festas e rituais religiosos populares funcionam como importantes elementos de afirmação de identidades locais. Ele parte de pressupostos bastante interessantes sobre essas manifestações em sua análise.

Primeiramente afirma que, apesar da repressão simbólica ter feito vítimas no Brasil, a força do imaginário popular é proeminente, capaz de subverter proibições e interdições e de estabelecer negociações simbólicas que reelaboram tradições milenares – sejam elas européias, africanas ou indígenas – durante os processos transculturais formadores do país de um modo tal que possibilita recriar nos novos territórios uma nova civilização, cuja imaginação simbólica parece ser um de seus traços distintivos. Posteriormente, o autor verifica como uma importante parte do imaginário constituído no Brasil passa a ser caracterizado como folclore, uma categoria importada da Europa do século XIX durante a afirmação dos estados nacionais e cujas críticas já foram observadas a partir da análise de Canclini (2003). Finalizando, o autor faz uma reflexão sobre a etnocenologia, uma disciplina que trata das variadas ferramentas conceituais que ajudam na compreensão das cenas singulares criadas pelos brincantes nas festas, folguedos e rituais religiosos populares e ajuda a situar essas manifestações nos planos do material e do simbólico e ao seu contexto sociocultural. É importante registrar a existência dessa disciplina que tem entre um de seus proponentes de destaque na Bahia, conforme informa Pires Neto (2005), o professor Armindo Bião²⁶, pois

[...] tendo em vista a espetacularização incessante da vida contemporânea, a Etnocenologia, apresenta-se com uma reflexão que nos ajuda a compreender como os artistas portadores das tradições populares se relacionam com o “olhar do outro”, ou seja, como se relacionam com este traço que parece também caracterizar a espécie humana, a espetacularidade (PIRES NETO, 2005, p. 26).

Da mesma forma que Amaral (1998), Pires Neto (2005) também destaca a importância das festas coloniais para a construção da “cultura festiva” do povo brasileiro e baiano. Ele afirma que a “dimensão monumental, ostentatória, ruidosa e

²⁶ Professor do Programa de Pós-graduação em Artes Cênicas das Escolas de Teatro e Dança da UFBA, pesquisador do CNPq e ex-diretor da Fundação Cultural do Estado da Bahia – FUNCEB.

diversificada das festas barrocas coloniais, cuja estética, de alguma forma, permanece em eventos atuais no Brasil” (PIRES NETO, 2005, p. 40).

A monumentalidade típica da estética barroca, “que buscava enfatizar o poder temporal da religião através da forma e do brilho exterior do culto” (Tinhorão, 2000: 106), amplifica a dimensão lúdica, festiva, do ambiente urbano colonial, intensifica o contato das reminiscências pagãs com valores africanos e indígenas distintos da moral cristã e colabora para o clima de sexualização do divino (Vainfas, 2003: 13), que arrebatava os habitantes do “novo mundo” para as reiteradas encenações das festas coloniais (PIRES NETO, 2005, p. 41).

De acordo com Bião (2000 *apud* Pires Neto, 2005, p. 66) as “práticas e comportamentos espetaculares” compreendem não somente as artes do espetáculo – onde a prática espetacular é substantiva – como teatro, dança, ópera, circo, folguedos e outras artes mistas e correlatas; mas também os ritos espetaculares – que têm um caráter espetacular adjetivo – como os rituais religiosos, festas, cerimônias periódicas, eventos políticos e esportivos; além dos comportamentos cotidianos – cujo aspecto espetacular é adverbial – e inclui interações sociais repetidas rotineiramente num mesmo espaço (por exemplo, educador/educando, vendedor/cliente, médico/paciente, etc.).

Ainda segundo esse autor, pode se compreender como espetacular ou espetacularidade aquelas situações onde o “sujeito toma consciência clara, reflexiva, do olhar do outro e de seu próprio olhar alerta para apreciar a alteridade” (BIÃO, 2000 *apud* PIRES NETO, 2005, p. 67). Já de acordo com Pradier (1995 *apud* Pires Neto, 2005, p. 67), um dos escribas do manifesto de fundação da Etnocenologia, por espetacular deve ser compreendida “uma maneira de ser, de comportar-se, de mover-se, de agir no espaço, de emocionar-se, de falar, de cantar e de se enfeitar, que se distingue das atividades banais do cotidiano ou as enriquece e dá sentido”.

Bião defende a tese de que as novas tecnologias, ao invés de prejudicarem, favorecem o intercâmbio cultural e, em alguns casos, elas têm fortalecido as culturas regionais, que são reconhecidas internacionalmente como regionais, mas de consumo potencialmente mundial, como é o exemplo da cultura baiana, sobretudo à ligada ao carnaval representada pelos blocos afro – ele cita o exemplo do Olodum – que souberam fazer a união entre tecnologia e regionalismo. Além disso, o autor afirma que o interesse da mídia em registrar as festas

tradicionais é de fundamental importância, pois desperta o interesse de todos os setores da população e estimula sua manutenção.

Miguez (2002) em sua tese de doutorado, na qual analisa os processos de formação e mecanismos de organização do campo cultural em Salvador, destaca que, ao lado da língua e da religião, as festas são um dos componentes fundamentais para a compreensão da vida e da cultura de um povo, segundo Nina Rodrigues (1998 *apud* Miguez, 2002), ou seja, é um elemento central na matriz que dá sustentação à cultura baiana. É preciso admitir que o caráter festivo de Salvador é algo que se perde no tempo, tanto que a dedicação da população às festas é dos principais traços registrados por cronistas e viajantes que têm desembarcado no local desde os tempos coloniais até hoje. Ao traçar um histórico, Miguez (2002) explica que o espírito festivo que fazia das procissões verdadeiros cortejos carnavalescos esteve presente durante todo o período colonial até a metade do século XIX quando a Igreja passou a impor um caráter mais recolhido e compassado às festividades. No entanto, destaca:

Dentro de limites estreitos e de espaços reduzidos e mesmo, muitas vezes, sob intensa perseguição e repressão, a sabedoria das classes populares nunca deixou de acionar estratégia e táticas de participação no mundo da festa que, a exemplo da religião, acabou por transformar-se em território de resistência e continuidade culturais desses setores sociais (MIGUEZ, 2002, p. 84)

O autor concorda com Bião²⁷ (2000 *apud* Miguez, 2002) sobre a influência da arte barroca na constituição cultural da cidade e utiliza a expressão “barroco-tropical” de Risério²⁸ (1995) para denominar essa característica híbrida da fusão do barroco tradicional, com as características e cores locais. Para Miguez, é este barraco-tropical que “desabrocha por inteiro nas procissões e festas da cidade”.

Aqui a sensualidade barroca, registrada por Hauser²⁹ (1972), abandona anjos, arcanjos, altares e abóbodas e empresta suas curvas ao traçado de ruas e ladeiras por onde passa, com a elegância e o colorido de uma cobra-coral, em prece ou em samba, o caminhar malemolente da gente baiana a

²⁷ Ver: BIÃO, Armindo. *Matrizes estéticas: o espetáculo da baianidade*. In: BIÃO, Armindo (Org.). Temas em contemporaneidade, imaginário e teatralidade. São Paulo: Annablume; Salvador: GIPE-CIT, 2000. pp. 17-30.

²⁸ Ver: RISÉRIO, Antonio. *Avant-gard na Bahia*. Apresentação: Caetano Veloso. São Paulo: Instituto Lina Bo e P. M. Bardi, 1995. (Pontos sobre o Brasil).

²⁹ Ver: HAUSER, Arnold. *História social da literatura e da arte*. 2. ed. São Paulo: Mestre Jou, 1972. 2v.

que se referiu, como já anotamos, Rubim³⁰ (1998). Com efeito, entre nós, o barroco tomou posse dos espaços exteriores. Fez folia na rua em meio às suas sinuosas procissões, seus carros alegóricos, sua pompa efêmera. Não é por outra razão que Pierre Verger, por inspiração de Roger Bastide, vai batizá-lo de “barroco de rua” (Verger³¹, 1984). Portanto, um barroco que, mais que uma forma de arte, representava uma forma de vida, um “jeito de corpo”. Também aqui não há lugar para estranhamento. A rigor, barroco e festa são sinônimos (MIGUEZ, 2002, p. 88).

Um tema que merece destaque por estar freqüentemente associado ao caráter festivo ao qual os baianos são associados é – conforme já foi dito – a idéia de preguiça. Quem discute este assunto é Zanlorenzi (1998) e, para ela, a imagem do baiano está intrinsecamente associada à festa, ao carnaval e à vida na rede. A representação construída que têm os interlocutores externos à Bahia é de que de dezembro até o carnaval a cidade pára, há muitas faltas no trabalho e o povo fica na rua, em festa, o tempo todo – uma imagem que ela desconstrói através de pesquisa empírica, mostrando que, apesar da existência de um calendário de festas extenso, elas não afastam o baiano do trabalho, pelo contrário, pelo fato de a economia da cidade estar em grande parte baseada no setor de serviços, a economia do lúdico e das festas é uma importante fonte de trabalho. E mesmo aqueles que trabalham em outros setores da economia, não participam de todas as festas, todos os dias e quando o fazem não faltam no serviço no dia da festa ou deixam de trabalhar no dia seguinte. Ou seja, as festas não afetam a dinâmica da cidade da forma como é alardeada pelos meios de comunicação, à exceção do carnaval. E a autora explica, em relação a esses preconceitos e estereótipos presentes no imaginário coletivo nacional, principalmente das pessoas do sul e sudeste, que se trata de algo de caráter ideológico.

[...] o “mito da preguiça” parece responder a uma lógica circular: se, no Brasil, os baianos aparecem como seus legítimos representantes, do ponto de vista dos países ricos, os brasileiros e, mais amplamente, os latino-americanos, encarnam a imagem do típico caráter da preguiça, o que explicaria a nossa condição de pobreza e dependência: somos preguiçosos porque somos negros e mestiços, herdeiros da tendência à indolência da África negra e da América indígena. Essa concepção de mundo teve início com os primeiros colonizadores, foi reafirmada pelo discurso científico [...] e

³⁰ Ver: RUBIM, Albino. *Metrópole: lugar de conviver, televiver e ciberviver*. In: FISCHER, Tânia (Org.). *Gestão contemporânea, cidades estratégicas e organizações locais*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996. pp. 73-76.

³¹ Ver: VERGER, Pierre. *Procissões e carnaval no Brasil*. *Ensaio/Pesquisas – Boletim do Centro de Estudos Afro-Orientais da Universidade Federal da Bahia (CEAO)*. Salvador, n.5, 2. tiragem, 15 p., out. 1984.

é permanentemente reinventada por meio de vários interlocutores posicionados no senso comum (ZANLORENZI, 1998, p. 108).

Zanlorenzi (1998) explica que a relação das festas com o turismo começou a se delinear, através do discurso oficial a partir de meados dos anos 1950, com a divulgação nos meios de comunicação da Bahia como um lugar turístico, exótico, místico, misterioso, calmo, um local de não-trabalho e sim de lazer. De acordo com a autora, através de ações promovidas pelo próprio aparelho do Estado, a cidade começa a transvestir-se para se oferecer aos visitantes através da cultura dos sujeitos que ela própria exclui: os afro-descendentes.

Para Sodré (1988 *apud* Miguez, 2002) o patrimônio simbólico do negro brasileiro afirmou-se aqui como território político, mítico e religioso, para sua transmissão e preservação, através do culto de seus deuses, da institucionalização de suas festas, suas dramatizações, danças e suas formas musicais.

A manutenção das tradições presentes nas festas e que representa a cultura dos antepassados é algo muito importante, no entanto, não é possível que se queira manter essas tradições inalteradas, como normalmente é defendido por setores contrários à cultura de massa e ao turismo e que, inclusive, os culpam pelo caráter de espetacularização ou carnavalização – algo que, como já foi visto é algo intrínseco aos festejos populares e religiosos desde a Idade Média. Para Miguez,

Daí que soem risíveis as costumeiras argumentações à volta da pureza cultural do nosso povo e das nossas manifestações, não importando qual o povo ou a manifestação que inspire tal espírito preservacionista. Seja porque não há pureza cultural – muito menos hoje face à configuração de uma contemporaneidade atravessada por potentes redes sócio-tecnológicas –, seja porque a riqueza de uma cultura está justamente na sua capacidade de dialogar com a diferença e a novidade que lhe trazem outras realidades e formas culturais. [...] as práticas e manifestações culturais demandam políticas e ações que as fortaleçam para o embate do inevitável intercâmbio com outras culturas [...] (MIGUEZ, 2002, p. 104).

E, para este autor, um dos principais traços da formação da cultura baiana está em saber administrar essas questões dialéticas, como, por exemplo, oferecer-se como um território de proveitosos diálogos entre tradição e modernidade, caso que pode ser observado nas suas festas, principalmente o carnaval.

Segundo Miguez (2002) um aspecto que merece destaque para as festas terem tanta importância na Bahia, e em Salvador, especificamente, é o fato de que há, na cidade, um espírito de convivência que é fundamental. Para ele, as tradições

festivas que caracterizam largamente as expressões culturais baianas e que têm na interação comunitária sua centralidade, podem ser bem representadas pelas festas de largo já tradicionais por datarem do período colonial, assim como eventos festivos cotidianos e as novas tradições de lavagens de ruas, praças e becos que “são marcadas pelo convívio em espaço aberto, territórios permanentes de contato e comunicação, de tatilidade” (MIGUEZ, 2002, p. 270).

Para Miguez (2002) é a partir do final dos anos 1960 e da primeira metade da década de 1970 que a cidade vê eclodir um poderoso movimento de afirmação étnico-cultural da juventude afro-descendente que, concebido originalmente na cena carnavalesca – através da dança, da música, dos blocos afros – vai se espraiando e amplificando para o conjunto da vida baiana impactando-a de forma profunda e duradoura. Percebendo esse crescimento, e a força do movimento, que a partir dos anos 1980 – com a percepção da aproximação entre as criações culturais oriundas da festa e uma lógica de indústria cultural – os órgãos oficiais que cuidavam do turismo, capitaneados à época pela BAHIATURSA³², passam a dar cada vez mais destaque para a relação entre cultura e turismo, enfocando nos aspectos étnicos e religiosos para a criação do “Produto Bahia”³³, tendência que, a partir dos anos 1990 já está totalmente consolidada.

Essa situação não é característica e única da Bahia. De acordo com Farias³⁴ (2000 *apud* Miguez, 2002) sua manifestação primeira ocorre no carnaval carioca, ainda na década de 1960, quando a vocação turística do Rio de Janeiro passa a estar associada à festa carnavalesca, com ares de grande espetáculo popular.

Para Miguez (2002) o processo só arranca com força na Bahia a partir de 1980 por duas razões. Em primeiro lugar, porque este é o momento em que o sistema de turismo do Estado já está em funcionamento pleno – conforme será visto adiante – institucionalizado e operando sob o controle da BAHIATURSA. Por outro, a

³² Conforme será visto adiante, a BAHIATURSA foi fundada em 1968. A Secretaria da Cultura e Turismo – SCT só é fundada em 1995, quando assume a organização das políticas públicas de promoção e divulgação da cultura e turismo no estado, passando a BAHIATURSA a fazer parte de sua estrutura.

³³ Forma como os responsáveis pelo planejamento e marketing turístico do estado se referem à Bahia enquanto destino/produto turístico.

³⁴ Ver: FARIAS, Edson. *Ócio e negócio: festas populares e entretenimento-turismo no Brasil*. 2000, 551p. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

conjunção “afro-elétrica-empresarial”³⁵ já apresenta uma dinâmica própria de auto-sustentação, fazendo com que a festa já disponha de uma imagem e um formato facilmente vendáveis e de um aparato tecnológico-empresarial agregado aos blocos de trio. Então, a partir desse momento, a formatação da festa não irá mais deixar de perseguir o atendimento das demandas do setor turístico, o que fica claro com o fato de que as empresas oficiais de turismo do Estado (BAHIATURSA) e municipal (Empresa de Turismo S/A – EMTURSA) passam a ser responsáveis pela organização das principais festas de Salvador, entre elas o carnaval.

Ainda segundo Farias (2000 *apud* Miguez, 2002) a imbricação entre carnaval e turismo – e vale ressaltar que ele não se refere exclusivamente à Bahia –, ao agregar o circuito de festas populares ao tempo social do lazer na sociedade, produz a integração das manifestações lúdicas da cultura popular à dinâmica do capitalismo contemporâneo.

Dessa forma, a “economia do lúdico”, que então se configura como traço do campo cultural baiano contemporâneo, acaba conferir às práticas relacionadas ao entretenimento a condição de “mecanismo de consagração e instância de legitimidade das práticas culturais” (Farias, 2000, p. 96), o que estabelece um conflito – já experimentado hoje, em larga escala, pelo Carnaval baiano – entre o substrato cultural da festa e sua obediência a uma norma mercantil destinada a várias possibilidades de consumo, tanto locais (baianos e turistas) quanto à distância (através das redes midiáticas) (MIGUEZ, 2002, p. 288).

O resultado desse processo é o que tem levado às discussões sobre possíveis descaracterizações das festas, perda de autenticidade, espetacularização, mercantilização e outros assuntos que se tenta analisar aqui. Como explica Farias (2000):

[...] os desdobramentos do “empresariamento” e “profissionalização” das festas, certamente, já não mais se restringem às combinações da iniciativa privada com o mecenato exercido pelo poder público no sentido tão somente de uma simples apropriação do evento festivo tal qual. Trata-se aí de uma atuação direta no sentido da produção da festa em formatos requeridos pelo mercado turístico e da mídia eletrônica, tanto no plano da criação de múltiplos eventos à volta da festa propriamente dita (shows e festas pré e pós-Carnaval, por exemplo) como na própria gestão do espaço e tempo da festa (local, horário e ordem do desfile e especialização e comercialização dos espaços, por exemplo). Ou seja, entra em cena uma rede de mecanismos socioeconômicos que pressionam a remodelação das

³⁵ Baseada na força do movimento afro-baiano, dos trios elétricos e da institucionalização no mercado dos blocos afros e do carnaval e de todas as manifestações culturais daí decorrentes.

práticas culturais e símbolos ambientados nas situações festivas (FARIAS, 2000 *apud* MIGUEZ, 2002, p. 289).

A partir de agora, busca-se verificar como os agentes institucionais, através da elaboração de diretrizes e políticas de cultura e turismo, participam neste processo, uma vez que isso será fundamental para contextualizar o cenário local e externo no que se refere à utilização da cultura como um produto turístico.

4. ANÁLISE DO DISCURSO DA CULTURA E DO TURISMO

4.1. AS BASES: BREVE HISTÓRICO DAS POLÍTICAS CULTURAIS E SUA INTERSEÇÃO COM O TURISMO

O que se pretende aqui não é traçar um histórico das políticas culturais ou turísticas do Estado, pois este trabalho fugiria do escopo do estudo e, afinal, existem trabalhos já bastante aprofundados em relação a este tema que, inclusive serviram de base para o que se pretende apresentar aqui³⁶. O que interessa é localizar em que momentos na história das políticas culturais baianas estas começaram a ser atreladas às políticas de turismo, de que forma esse processo foi se delineando e quais os motivos para essa convergência. Não serão analisadas as políticas específicas de turismo, pois em muitos momentos elas se afastam do tema específico desta dissertação que é o uso da cultura como produto turístico, principalmente quando estão direcionadas aos aspectos de infra-estrutura e fomento específicos da atividade turística³⁷. Em alguns momentos, visando uma necessária contextualização dos acontecimentos, serão articulados o cenário estadual com o nacional.

O marco do início da atividade turística em âmbito governamental ocorreu em 1930 quando a Prefeitura Municipal de Salvador criou a Seção de Turismo no Arquivo Público de Salvador. Mas até a década de 1950 a atividade é caracterizada por um caráter assistemático e pela presença esporádica de fluxos nacionais e estrangeiros. Cid Teixeira, famoso historiador local, conta que “nos anos 50, a gente ia pro cais pegar turista, era um jeito de ganhar algum dinheiro. Os poucos turistas vinham do Sul, estrangeiro era uma raridade” (GUERREIRO, 2005; QUEIROZ,

³⁶ Em relação às políticas culturais, os autores citados aqui são pesquisadores do Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura – CULT (FACOM/UFBA) e desenvolveram pesquisas mapeando as políticas culturais do estado no período de 1945 a 2006. Além disso, para um estudo mais detalhado sobre o tema ver:

VIEIRA, Mariella Pitombo. *Política cultural na Bahia: o caso do Fazcultura*. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) Salvador: FACOM/UFBA, 2004.

³⁷ Para uma análise bastante detalhada da evolução do Sistema Institucional Público do Turismo Baiano ver:

QUEIROZ, Lúcia Aquino de. *Turismo na Bahia: estratégias para o desenvolvimento*. Salvador: Secretaria da Cultura e Turismo, 2002.

2002). No entanto, nesse momento ainda não havia uma preocupação com a construção de uma imagem turística local.

Foi com a promulgação da Constituição de 1946 que o Brasil passou a viver a construção de uma democracia. O país vivia um momento de mudança, tanto política quanto cultural: passou por um período de ditadura, depois redemocratização e entrou novamente noutra época de ditadura. Era um momento de instabilidade e isso se refletia nos governos estaduais. Na Bahia, a modernização chegou atrasada, se comparada ao resto do Brasil. O modernismo, que havia atingido o país na década de 1920, só chegou às terras baianas a partir do final da década de 1940. Em 1946 foi criada por decreto presidencial a Universidade Federal da Bahia – UFBA e as primeiras políticas de apoio à cultura, do Governo do Estado da Bahia, datam de 1947. Além do inegável papel da UFBA fazendo com que Salvador começasse a sonhar em ser uma metrópole cultural do país é, também, inegável, o papel impulsionador do governador Otávio Mangabeira que, juntamente com Anísio Teixeira, criou o Departamento de Cultura na Secretaria de Educação (1947).

Na política baiana, no período que vai de 1945 a 1964 (quando se inicia o longo período da história conhecido como ditadura militar) quase não houve incentivo direto à cultura, sendo o único registro, uma primeira política cultural, criada por este departamento de cultura, no mandato de Otávio Mangabeira (MACIEL, 2006).

Contudo, vale destacar que, no que se refere às políticas públicas, a construção de uma imagem turística da Bahia inicia-se com a construção da imagem de Salvador enquanto capital turística do Estado, e em grande parte já atenta às potencialidades culturais.

Em 1952 foi veiculado pela prefeitura de Salvador o primeiro material institucional produzido para a atividade turística que começa a se dinamizar a partir de meados dos anos 1950, o Roteiro Turístico da Cidade do Salvador. Em 1955 é lançado pela Diretoria Municipal de Turismo – DMT o primeiro Plano Diretor de Turismo do país. Algumas estratégias deste documento já indicam a intenção de construir uma imagem para a cidade (GUERREIRO, 2005).

De acordo com Queiroz (2002), nesse período foi montado também um setor de pesquisas turísticas que tinham como objetivo levantar informações sobre a história da cidade e a cultura baiana. Em 1958, um Roteiro Turístico Oficial utilizava

as imagens criadas por compositores famosos para descrever os locais indicados, como por exemplo, a Praia de Itapuã, a Lagoa do Abaeté, etc. Mas em 1959, a DMT foi extinta e substituída pelo Departamento de Turismo e Diversões Públicas – DTDP, vinculado à Secretaria de Educação e Cultura.

É neste momento que a presença de artistas e intelectuais no mundo do turismo vai ser potencializada pela atuação do escritor e jornalista Vasconcelos Maia que assume a diretoria do DTDP. O gestor manteve as estratégias da gestão anterior, investiu em infra-estrutura e apostou nas características culturais de Salvador para a elaboração de um marketing turístico. Ele acreditou na importância da história e da cultura como elementos fundamentais para o desenvolvimento da atividade turística e da necessidade de uma ampla formação nessas áreas por parte daqueles que fossem lidar com o turismo. Além disso, participou diretamente das práticas promovidas para qualificar as senhoras da elite baiana (que foram as primeiras guias de turismo em Salvador) estimulando o conhecimento de atrativos, monumentos e cultura afro-baiana (QUEIROZ, 2002).

A cultura foi dominando a temática turística. Vasconcelos organizava cursos para grupos de guias em que eram tratados temas como história, arte, folclore, imaginário, candomblé e eram ministrados por estudiosos e especialistas famosos do Estado. Além disso, era uma prática comum que artistas como Dorival Caymmi, Jorge Amado, Mário Cravo e Carybé recebessem visitas de grupos de turistas em suas casas. Segundo Cid Teixeira (em entrevista concedida a Guerreiro, 2005, p. 10) “a mentalidade turística que se desenvolveu nos anos 60 foi muito inspirada por Caymmi e Jorge Amado”.

De acordo com Guerreiro (2005) e Queiroz (2002) a colaboração de artistas e intelectuais famosos na atividade turística era um dos trunfos de Vasconcelos Maia que bebia na fonte de um movimento de grande ebulição cultural na Bahia. O gestor contava com uma extensa rede social que ainda incluía empresários e jornalistas que se encarregavam de veicular matérias de turismo nos jornais locais e nacionais. Essa rede foi fundamental para a formação de um marketing para a cidade. Sabendo do poder dos meios de comunicação, Maia fez deles alvos preferenciais tanto para garantir a melhoria da infra-estrutura turística quanto para elevar o papel das expressões culturais à posição de produto turístico.

Uma série de ações iniciais e fundamentais foram tomadas para colocar Salvador no mercado nacional de cidades, a partir dessa perspectiva diferenciada, já

que elegia a cultura local (e não as paisagens naturais) como forma privilegiada de inserção: apoiou a realização de concursos carnavalescos; a realização de filmes e documentários sobre a Bahia; publicou um Guia Turístico anexado à lista telefônica que enfatizava aspectos históricos e socioculturais; produziu calendários e cartões postais coloridos; cadastrou baianas de acarajé e estabeleceu pontos de venda; fundou o serviço de atendimento ao turista; restaurou patrimônio histórico-arquitetônico; apoiou realização de eventos; além de mobilizar a classe artística para discutir e alavancar sua proposta turística (GUERREIRO, 2005).

No Brasil, a produção cultural no período pós-golpe militar de 1964, foi intensa e houve uma grande movimentação artística, especialmente no eixo Rio-São Paulo. Para Botelho (2001 *apud* Uchôa, 2006) a partir de 1968 quando foi decretado o Ato Institucional nº 5 e em 1970 quando foi baixado o Decreto-Lei 1077 que estabeleciam a censura, artistas e intelectuais começaram a deixar o país fugindo da ditadura cada vez mais repressora e violenta. Em 1975 foi elaborado o primeiro Plano Nacional de Cultura que propagava que a cultura está ligada à identidade nacional e à preservação de valores, ou seja, se tratava de um assunto de “segurança nacional” e por isso significava preservar a nacionalidade a qualquer custo.

No entanto, conforme destaca Uchôa (2006), na Bahia, ao contrário do que acontecia no resto do país, o golpe de 1964 representou a desarticulação do movimento cultural que florescia no Estado desde a década de 1950.

Guerreiro (2005), explica que, junto com este cenário, a partir de 1964, quando o Golpe Militar derrubou os governos locais que acabou com a organização política que sustentava a atividade turística. O DTDP foi transformado em Departamento Municipal de Certames e Turismo e depois foi criada a Superintendência de Turismo da Cidade do Salvador, interrompendo o processo que vinha sendo desenvolvido no nível municipal em Salvador. A partir daí cresce a importância do nível estadual, e é das políticas estaduais, que passam a ter grande peso para a articulação entre cultura e turismo que esta dissertação se ocupará com maior detalhe.

No período de 1963 a 1986 a Bahia passou pelas mãos de cinco governadores em seis mandatos diferentes todos nomeados pelos militares: Antônio Lomanto Júnior (1963 a 1966), Luis Viana Filho (1967 a 1971), Antônio Carlos

Magalhães (1971 a 1975 e 1979 a 1982), Roberto Santos (1975 a 1979) e João Durval Carneiro (1983 a 1986).

No período de 1966 a 1985, no nível federal, diversas instituições culturais foram criadas para organizar e administrar a cultura, entre as quais se destacam:

- Criação do Conselho Federal de Cultura; criação do Conselho Nacional de Turismo; criação da Empresa Brasileira de Turismo – EMBRATUR (sua primeira denominação) e definição de uma política nacional de turismo (1966);
- Criação do Sistema Nacional de Turismo e I Encontro Oficial de turismo Nacional (1967);
- Transformação da Diretoria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional em Instituto – IPHAN (1970);
- Reforma administrativa do Ministério de Educação e Cultura – MEC, cria-se o Departamento de Assuntos Culturais – DAC, órgão para execução de uma política cultural (1972);
- Lançamento do Programa de Reconstrução de Cidades Históricas – PCH/SEPLAN; lançamento do Programa de Ação Cultural – PAC (1973);
- Lançamento da Campanha de Defesa do Folclore Brasileiro – CDFB; criação da Fundação Nacional da Arte – Funarte; Aprovação da Política Nacional de Cultura (1975);
- Transferência do PCH para o IPHAN; criação da Secretaria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN); criação da Fundação Nacional Pró-Memória (1979);
- Transformação da Secretaria de Assuntos Culturais (SEAC) em Secretaria da Cultura (1981);
- Criação do Ministério da Cultura (1985).

Na Bahia, em 1967 houve uma reforma administrativa na Secretaria de Educação e Cultura que culminou, neste mesmo ano, na criação do Conselho Estadual de Cultura – CEC, acompanhando a criação do Conselho Federal de Cultura. O CEC foi a primeira instituição estadual criada para cuidar especificamente da cultura no Estado. Antes disso, elas estavam atreladas à educação e esse foi um passo importante para a elaboração de políticas para a cultura na Bahia (UCHÔA, 2006).

No mesmo ano foi criada a Fundação do Patrimônio Artístico e Cultural do Estado. Até então, as ações de recuperação dos monumentos históricos da Bahia, mais especificamente de Salvador, estiveram a cargo do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – SPHAN. Em 1966, o SPHAN havia solicitado uma assessoria técnica especializada da UNESCO através da Missão Parent para “estabelecer as linhas básicas da política de preservação de conjuntos e conseqüente exploração de turismo cultural” (IPAC, 1986 *apud* UCHÔA, 2006, p. 7).

O relatório enviado à UNESCO pelo arquiteto Michel Parent sugeria a criação de uma Fundação para cuidar do patrimônio cultural estadual. Em decorrência do citado relatório, a Fundação do Patrimônio Histórico e Cultural da Bahia foi criada em 1967 e regulamentada em 1968, com fins turísticos e culturais (UCHÔA, 2006, p. 7).

De acordo com o Decreto nº 20.530 de 3 de janeiro de 1968:

Serão turísticos os fins da Fundação e se prendem dentro do binômio cultura e turismo à estabilização, restauração e aproveitamento condigno dos bens imóveis e móveis de interesse turístico, para fins de seu conhecimento, promoção e adequada utilização como centro turístico e de difusão cultural [...] (IPAC, 1986 *apud* UCHÔA, 2006, p. 8).

A Fundação era também identificada como “Fundação Pelourinho”, conforme relata Uchôa (2006), pois sua proposta era revitalizar o Centro Histórico de Salvador, recuperando seus aspectos arquitetônicos e sociais, para serem utilizados como um importante atrativo turístico da capital. Em 1968 é criada também a Hotéis de Turismo da Bahia S/A – BAHIATURSA (em sua primeira denominação oficial) (FERNANDES, 2006).

Em 1972, Antônio Carlos Magalhães assume pela primeira vez o Governo da Bahia. A partir de 1974, as instituições culturais estaduais baianas passaram a ser: o Conselho Estadual de Cultura – CEC, o Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural – IPAC e a Fundação Cultural do Estado – FCEBa. A função do CEC era formular a política cultural do Estado e aprovar o Plano Estadual de Cultura; o IPAC era responsável pela preservação do patrimônio cultural e tinha um direcionamento turístico-cultural; já a FCEBa deveria dinamizar e criar cultura.

Concorda-se com Uchôa (2006) quando ela afirma que foi nessa época que a relação entre cultura e turismo dava seus passos iniciais no que se refere às

políticas públicas estaduais, sendo que a mesma só é oficializada após a criação da Secretaria da Cultura e Turismo em 1995.

Em mensagem à Assembléia Legislativa do Estado da Bahia em 1972 Antônio Carlos Magalhães declara: “Como setores produtivos prioritários foram considerados o agrícola, o de mineração e o turismo [...]. A expansão e melhoramento [...] dos serviços de turismo que representam, aliás, destinações ecológicas, históricas e culturais” (RELATÓRIO DE GOVERNO, 1973 *apud* UCHÔA, 2006, p. 11).

No seu segundo mandato, entre 1979 e 1982, Antônio Carlos Magalhães em sua extensa proposta para o campo da cultura prioriza linhas que buscavam valorizar a identidade cultural baiana através da dinamização das ações culturais e preservação do patrimônio cultural (material e imaterial).

Para o período de 1987 a 1991 foi eleito o governador Waldir Pires, por sua trajetória política de esquerda e oposição ao regime militar, assim como por ter sido o primeiro governador eleito pelo voto direto depois da ditadura esperava-se o desenvolvimento de um bom trabalho na área cultural principalmente pelos artistas e intelectuais baianos que apoiaram sua candidatura. Os encaminhamentos de suas propostas para esta área apontavam para um entendimento de cultura num sentido antropológico e ele tinha em sua equipe pessoas altamente comprometidas com as questões culturais, o que fazia com que as expectativas fossem ainda maiores. Um de seus objetivos, de acordo com Marcos Santos (2006), era “integrar a política cultural à educacional e à de turismo” (SANTOS, 2006, p. 4).

Waldir Pires passou por dificuldades para governar o Estado devido à falta de apoio do governo federal exercido na época por José Sarney (que havia assumido depois do falecimento de Tancredo Neves logo após as eleições) e que contava em sua equipe com o adversário político de Waldir Pires na Bahia, o então Ministro das Comunicações, Antônio Carlos Magalhães. Em 1989, o governador renuncia para concorrer como vice de Ulisses Guimarães às eleições presidenciais e assume, em seu lugar, Nilo Coelho. Nesse período, as dificuldades políticas e econômicas pelas quais passam o Estado, além de problemas administrativos, faz com que a Secretaria de Cultura do Estado – SEC criada em 1987 por Waldir Pires e toda a estrutura a ela relacionada fosse alterada com a posse de Nilo Coelho em 1989, tornando-se um órgão que não conseguiu atingir suas plenas capacidades. O fim deste mandato termina com um simbolismo de frustração para a classe artística

e cultural baiana, que é o fechamento do Teatro Castro Alves – TCA, que chega ao apogeu de sua crise, começada há muitos anos atrás, por falta de investimentos e manutenção adequada.

Para Fernandes (2006) o retorno de Antônio Carlos Magalhães ao governo do Estado, no período de 1991 a 1994, inaugurou o cenário que foi se concretizando e consolidando até 2006 e que redefiniu as políticas culturais na Bahia.

Comparado ao que viria a ser empreendido pela Secretaria da Cultura e Turismo, a partir de 1995, as políticas culturais desenvolvidas neste mandato são limitadas, mas já apontam para a tendência de priorização do turismo em detrimento da cultura e a gradativa orientação da gestão cultural pelo fator econômico (FERNANDES, 2006, p. 1).

E neste período também o setor cultural começa a ser vislumbrado enquanto instrumento de desenvolvimento econômico para o Estado (FERNANDES, 2006).

Não é demasiado ressaltar que, até então, os textos oficiais não deliberavam quanto à promoção de ações culturais como uma alavanca para a economia, o discurso ainda estava focado no incentivo ao turismo. Os relatórios de governo e as mensagens de abertura dos trabalhos da administração ACM (1991-1994) não davam conta, ainda, da proposta de aliar turismo e cultura, apesar da atenção privilegiada concedida ao turismo, pelo político, desde o seu primeiro mandato de governador. Esta gestão construiu as bases para o reconhecimento da cultura, subordinada ao turismo, como capital simbólico, patrimônio material e imaterial, significativo para a dinamização econômica do estado, que viria a ser concretizado pelos seus sucessores partidários que assumem o poder estadual baiano até os dias atuais (FERNANDES, 2006, p. 2).

De acordo com a Cartilha de História da Bahia (1981) citada por Fernandes (2006), desde sua primeira gestão (1971-1975), Antônio Carlos Magalhães já havia concentrado esforços na dinamização do turismo do Estado ampliando, nesta época, a capacidade hoteleira de 400 unidades habitacionais para 2.400, restaurando o Pelourinho e monumentos históricos em diversas cidades do interior. Em 1973, Antônio Carlos Magalhães indica para assumir temporariamente a Coordenação de Fomento ao Turismo da Secretaria de Indústria e Comércio um nome que se tornaria chave para a conformação da estratégia de desenvolvimento econômico a partir da integração entre turismo e cultura: Paulo Gaudenzi. É nesta

época que o futuro Secretário da Cultura e Turismo, nos períodos de 1995 a 2006, tem seu primeiro contato com a área.

Se, como foi visto, a partir dos anos 1960 a imagem da Bahia turística começa a ser construída é a partir da década de 1970 que a atividade toma grande força. De acordo com Queiroz (2002) foi na década de 1970 que ocorreu o grande incremento da ação institucional no Estado. Em 1971 é elaborado o primeiro Plano Estadual de Turismo – o Plano de Turismo do Recôncavo – que buscava o desenvolvimento prioritário da região da Baía de Todos os Santos (da orla de Salvador até a Praia do Forte), Ilhéus e Porto Seguro, além de ações específicas para implantação do centro de convenções e desenvolvimento da hotelaria. Até o final da década o Sistema Estadual de Turismo passa por processos de ampliação e se torna referência nacional. Em 1979 é elaborado o Programa Caminhos da Bahia que priorizava a ampliação dos meios de hospedagem e sua administração, ações de marketing e capacitação de recursos humanos em diversos municípios do interior. Além disso, começa uma forte tentativa de captação de vôos internacionais. No que se refere ao fortalecimento da imagem do estado, é criado o slogan “Bahia, terra da felicidade” para ser veiculado no mercado nacional e internacional.

Em seu segundo mandato de governador, de 1979 a 1982, Antônio Carlos Magalhães apresenta como metas econômicas e sociais de seu governo: particular atenção ao turismo, programa de recuperação e proteção do patrimônio artístico e histórico, retomada da restauração do Pelourinho (obra iniciada na sua gestão como prefeito de Salvador), estímulo à dinamização e modernização dos serviços turísticos como forma de absorver grandes contingentes de mão-de-obra (FERNANDES, 2006).

No que se refere à questão estrutural da cultura, em seu terceiro mandato (desta vez eleito pelo voto direto) de 1991 a 1994, Antônio Carlos Magalhães une novamente a cultura à educação na Secretaria de Educação e Cultura. Esta dividia-se no Conselho Estadual de Educação e no Conselho Estadual de Cultura que tinha sob sua estrutura os seguintes órgãos diretamente relacionados à cultura: o Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural – IPAC, a Fundação Cultural do Estado da Bahia (que na gestão anterior havia sido transformada em Fundação das Artes por Nilo Coelho) – FUNCEB, a Fundação Pedro Calmon e o Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia – IRDEB.

As novas diretrizes na gestão cultural estavam direcionadas agora para um processo de reconhecimento da cultura local como um importante capital, fundamental para o desenvolvimento da economia baiana. Além de oferecer suas belezas naturais, a percepção que aos poucos vai se instalando é que a Bahia detém grande potencial para o turismo cultural. O que atualmente é conhecido como “baianidade” – o jeito de ser e fazer do povo baiano – começa a ser comercializado, desenvolvido e vendido como atração turística. Mas, por se tratar ainda de um período de transição, dessa visão inicial resultam políticas voltadas, principalmente, para a disponibilização de aparatos físicos que remetam à cultura baiana, à identidade própria do Estado. Inicialmente, portanto, o patrimônio físico é o grande destaque desta aliança que estava se modelando entre cultura e turismo (FERNANDES, 2006).

No Relatório de Governo de 1994 de Antônio Imbassahy que substituiu Antônio Carlos Magalhães no cargo de governador devido à sua candidatura a senador, citado por Fernandes (2006) é possível identificar a importância dada ao turismo no Estado:

[...] O turismo apresentou, neste exercício um incremento de 5%, consolidando a posição do Estado, como um dos mais importantes pólos turísticos do País. Essa realidade resulta de muito trabalho, de ações governamentais que mudaram o cenário turístico da Bahia. Destaco a recuperação e a revitalização do Centro Histórico de Salvador, a partir do Pelourinho; a reabertura do Teatro Castro Alves; a vitoriosa implantação do Parque Metropolitano do Abaeté; a recuperação de museus e igrejas, como o Museu de Arte Moderna da Bahia. Todas essas ações, que fizeram de Salvador um pólo de interesse mundial, complementam-se com o fortalecimento do turismo ao longo da faixa litorânea [...] (FERNANDES, 2006, p. 12).

A “revitalização” do Pelourinho – registrado como patrimônio cultural da humanidade pela UNESCO desde 1985 – obteve uma grande repercussão nos veículos de comunicação e, em pouco tempo, este se tornou o principal ponto turístico da cidade, atraindo visitantes interessados na apreciação da riqueza histórico-cultural da primeira capital do país, ainda que as intervenções realizadas pelo Estado tenham descaracterizado a real cultura baiana, ao retirar os moradores

do local e tentar transformar o lugar num “shopping a céu aberto”³⁸ (FERNANDES, 2006).

Para realizar o projeto, o governo estadual promoveu uma desocupação da área, re-locando a população residente em subúrbios ou oferecendo indenizações. Buscou-se diminuir o risco da violência naquele espaço destinado ao turismo, no entanto, essa ação desarticulou uma organização social existente. De território reconhecido pela multiplicidade de expressões que dali surgiram como os afoxés, os blocos afro, o samba-reggae, as terças da bênção, as festas religiosas e populares, os bares, o cravinho, etc., o Centro Histórico hoje oferece programação com pouca diversidade cultural e centralizada pelo projeto Pelourinho Dia & Noite (KAUARK, 2006).

De acordo com Balanco (2006), a cultura, antes de ser pensada como um fator de melhoria e transformação social é sempre colocada como um fator primordialmente econômico para o fortalecimento do turismo. Todas as iniciativas realizadas como, por exemplo, reformas de teatros, e até mesmo a reconstrução do Centro Histórico de Salvador, são classificadas pelo governo como ações “direcionadas especificamente para o entretenimento” e encaradas como uma maneira de agregar valor ao produto Bahia. O Estado assumia um perfil cada vez mais gerencial.

Numa clara demonstração da prioridade conferida ao turismo como alavanca para o desenvolvimento econômico na Bahia, o Governo atual criou a Secretaria de Cultura e Turismo, estabelecendo uma ferramenta institucional para o processo de expansão do setor, ao tempo em que lhe agregava a dimensão cultural. (BAHIA, 1997 *apud* BALANCO, 2006, p. 4).

A gestão do governador Paulo Souto foi responsável por importantes mudanças estruturais na organização da política cultural do Estado. Através da Lei nº 6.812 de 18 de janeiro de 1995 foi criada a Secretaria de Cultura e Turismo – SCT, que numa ação inédita no país une as pastas de Cultura e Turismo, antes localizadas respectivamente na Secretaria de Educação e Cultura e na Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo: “Fica criada a Secretaria da Cultura e Turismo, com a finalidade de executar a política governamental destinada a apoiar a cultura,

³⁸ Expressão utilizada por meios de comunicação e pela população local a respeito das obras que estavam sendo realizadas visando transformar o Centro Histórico em um lugar de lazer, entretenimento e turismo.

preservar a memória e o patrimônio cultural do Estado e promover o desenvolvimento do turismo e do lazer”. (BAHIA, 1995 *apud* BALANCO, 2006, p. 5).

Nesse momento são desvinculados da Secretaria de Educação e Cultura – que se torna Secretaria de Educação – passando a integrar a estrutura da recém criada SCT, o Conselho Estadual de Cultura – CEC, como um órgão colegiado; o Arquivo Público do Estado da Bahia – APEB, como um órgão especial de administração direta; o Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural – IPAC, a Fundação Cultural do Estado da Bahia – FUNCEB, e a Fundação Pedro Calmon – FPC (Centro de Memória da Bahia) como entidades da administração indireta. Além desses, a BAHIATURSA também passa a integrar o quadro da SCT, como uma entidade da administração indireta. Mais tarde, também entra em sua estrutura o Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia – IRDEB³⁹.

Nos períodos de 1998 a 2002 e 2002 a 2006, sob os governos de César Borges e Paulo Souto, respectivamente, foram empreendidas administrações com visões semelhantes, sobretudo no que tange ao investimento no setor terciário da economia, o setor de serviços, como um importante fator de desenvolvimento do Estado. Transformar a Bahia num dos principais destinos turísticos do Brasil, e ter como diferencial do turismo a sua cultura, foi uma meta desses governos (KAUARK, 2006).

Durante este período houve uma continuidade da política cultural na Bahia, sobretudo com a legitimação de um discurso identitário regional. Tal como afirma o secretário Paulo Gaudenzi em discurso na Academia Baiana de Letras, em 2001, a SCT “vem dando continuidade à política cultural encetada desde o governo de Antonio Carlos Magalhães, em 1991” (GAUDENZI, 2001 *apud* KAUARK, 2006, p. 2).

A política cultural do Estado da Bahia, conforme registrada em documento analisado por Kauark (2006) deveria adotar:

Estratégias e ações que contribuam para ampliar o lastro de possibilidades e de oportunidades de criação, produção e difusão cultural, assegurando o acesso e a participação de amplas camadas da população nos processos de ativação da cultura, da preservação e conservação do acervo patrimonial, histórico e cultural, tangível e intangível (BAHIA, 2005 *apud* KAUARK, 2006, p. 2).

³⁹ Em 2002, o IRDEB, antes vinculado à Secretaria de Educação passa a estar ligado à SCT.

Em sua visão, com a qual se concorda aqui, ela aponta que, ao definir tais mecanismos para a cultura o governo do Estado reitera um discurso comum às políticas culturais do Brasil, aliando conceitos sobre democracia, identidade e diversidade locais com ações de financiamento da produção a partir de leis de incentivo e intervenções governamentais na preservação dos patrimônios material e imaterial (KAUARK, 2006).

Um dos pilares principais do pensamento governamental para a cultura baiana está em potencializar e divulgar a identidade do Estado. E aqui cabe destacar que esta visão não é exclusiva do governo da Bahia. O que se analisa aqui é justamente o fato de que esta é uma tendência nacional e mundial que se insere no contexto contemporâneo e reflete suas características.

Este ponto relaciona-se com a política de patrimônio cultural tangível e intangível, mas principalmente com ações que agregam o marketing e o turismo. Segundo Kauark (2006) o impacto do reconhecimento da cultura de uma cidade pode gerar diferentes resultados. Por um lado, a população pode experimentar um sentimento de pertença, e então valorizar sua cultura, existindo a possibilidade de transmitir seus conhecimentos para os mais jovens e para os visitantes. Mas, por outro lado, o que pode acontecer também é um exacerbado artificialismo dos produtos culturais ou, neste caso, turísticos, que são vendidos, mas que pouco interagem com a vida daquela comunidade.

Em relação ao seu funcionamento como órgão central da administração da cultura no governo do Estado, a Secretaria da Cultura e Turismo passou por modificações em sua estrutura organizacional. Essas mudanças estão expressas nas Leis nº 7.435 de 1998 e nº 8.538 de 2002, que recomendam mudanças na administração pública do Poder Executivo Estadual, de maneira geral. Em relação ao sistema de cultura do Estado, as leis incidiram sobre alguns órgãos e entidades de caráter consultivo, executivo e decisório. Após as alterações previstas nessas leis, a SCT passou a contar com três Órgãos de Administração Direta (Superintendência de Cultura – SUDECULT, Superintendência de Desenvolvimento do Turismo – SUDETUR⁴⁰ e Superintendência de Investimentos em Pólos Turísticos – SUINVEST⁴¹), três Fundações (FPC, FUNCEB e IRDEB), uma Autarquia (IPAC) e uma Empresa de Economia Mista (BAHIATURSA). Possui também um Conselho

⁴⁰ Criadas em 1998.

⁴¹ Criada em 2002.

Estadual de Cultura - CEC e uma Diretoria Geral que, além de atribuir regimentos e programas para as áreas de cultura e turismo, responde pela elaboração e execução do Plano Plurianual de Investimentos e da Proposta Orçamentária (KAUARK, 2006).

Para o desenvolvimento da atividade especificamente cultural da Bahia, o governo do estado se propõe o papel de “facilitador e indutor dos processos culturais” (BAHIA, 2003, p. 5). Desempenhos estes que implicam numa política de financiamento às artes por meio de recursos indiretos, de ordem fiscal ou de parcerias; de subvenções, sobretudo para preservação do patrimônio cultural tangível e intangível; de gerenciamento e apoio a instituições culturais; e de execução de projetos sócio-culturais⁴². Os projetos desenvolvidos pela Secretaria de Cultura e Turismo distribuem-se por cinco linhas estratégicas de atuação política. Essas linhas programáticas estão definidas desde a criação da SCT, são elas: 1) Oferta de espaços e equipamentos culturais; 2) Difusão e Dinamização da Cultura; 3) Desenvolvimento Sócio-cultural; 4) Preservação da Memória e Patrimônio e; 5) Fortalecimento Institucional (KAUARK, 2006, p. 6).

É importante lembrar, como destaca Kauark (2006) que, em relação à BAHIATURSA, por suas ações estarem, em grande parte, vinculadas às Superintendências de Turismo, o papel deste órgão na divulgação e promoção do turismo repercute em aspectos da política cultural do Estado. Criada em 1968, como Hotéis de Turismo do Estado da Bahia S/A, em 1973, após uma reestruturação institucional, teve modificada sua denominação para Empresa de Turismo da Bahia S/A. Foi nesta época, que a BAHIATURSA começou a organizar e planejar o carnaval, hoje em parceria com outros órgãos públicos e empresas privadas devido às dimensões do evento.

Antes da criação da SCT, a BAHIATURSA foi um dos principais órgãos que formulou e promoveu sistematicamente políticas voltadas para a área cultural. Suas ações tinham como escopo tratar a preservação e valorização do patrimônio artístico e cultural como elementos de dinamização do produto turístico oferecido pelo estado. A empresa atualmente formula as políticas de desenvolvimento do turismo, tendo como competência fomentar uma política de marketing, objetivando a expansão do fluxo turístico no estado. No entanto, até a atual gestão de Paulo Souto, a BAHIATURSA também organiza festas populares, além de “formular políticas culturais para setores específicos como saveiros, museus, culinária, folclores, teatro e artesanato” (VIEIRA, 2004 *apud* KAUARK, 2006, p. 15).

⁴² O novo papel ao qual se incumbe o governo do estado, de unir cultura e economia, tem a ver com a criação de um novo dispositivo institucional – uma lei de isenção de imposto – para investimento no setor cultural: o FazCultura.

De acordo com um relatório oficial da SCT⁴³, citado por Kauark (2006), a atividade turística consolida-se cada vez mais como um dos grandes vetores da expansão econômica do Estado da Bahia em virtude das ações voltadas para o marketing turístico e para a qualificação dos serviços através da capacitação de mão-de-obra, focos da ação governamental. As estratégias que vêm sendo colocadas em prática ao longo dos anos têm apresentado resultados positivos e permitem que a grande meta seja impulsionar cada vez mais o turismo, com o objetivo de colocar a Bahia como o principal destino turístico brasileiro na próxima década. Assim, pretende-se fomentar o desenvolvimento do turismo comprometido com a identidade e valores culturais da comunidade associados a serviços competentes.

Para Kauark (2006), na opinião dos dirigentes governamentais da Bahia, a cultura então deve ser tratada como um importante agente para o desenvolvimento econômico do Estado. A explicação dada é o fato de a atividade cultural permear outras como o turismo, a educação, o meio ambiente. Mas a aplicação deste conceito é considerada eficaz apenas quando promove a atração e o crescimento turístico. A possibilidade de geração de renda e emprego está atrelada principalmente ao oferecimento de serviços para o turismo, e junto a isso, às atividades de entretenimento e lazer.

O governo da Bahia reconhece a interdependência entre a cultura e o turismo. A cultura é um fator de diferenciação da oferta turística, e o turismo, um elemento facilitador da implementação da indústria cultural. Justamente por essa razão, o governo trata a cultura como produtora de riqueza econômica, ao contrário de outras regiões do país, onde a cultura recebe tratamento apenas residual, como se fora eventual excedente do crescimento econômico (BAHIA, 2000 *apud* KAUARK, 2006, p. 16).

Esse fato pode ser também observado no caso do Cluster de Entretenimento, Cultura e Turismo da Bahia, sugerido na citação anterior como um investimento na área da cultura. Este se trata de uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIP, que reúne empresas e setores governamentais nas áreas de educação, turismo, entretenimento e cultura, criado em 2002, em uma iniciativa da SCT e da Secretaria de Planejamento – SEPLAN. Entretanto, entre os objetivos desse organismo, há pouca referência à cultura em relação ao destaque dado ao turismo:

⁴³ Disponível no *site* http://www.sct.ba.gov.br/relatorios/relatorio_2000.asp

- Desenvolver e monitorar a implementação do novo posicionamento estratégico do turismo em toda a Bahia;
- Promover e apoiar o turismo sustentável;
- Contribuir no relacionamento entre governo e iniciativa privada;
- Estimular a responsabilidade social empresarial;
- Incentivar a educação permanente em entretenimento, cultura e turismo;
- Promover a percepção do turismo como fator sócio-econômico (BAHIA, 2005 *apud* KAUARK, 2006, p. 16).

A autora destaca que no período que compreende a criação e a implantação do Programa de Desenvolvimento Turístico da Bahia – PRODETUR-BA⁴⁴, o governo baiano, prioritariamente, concentrou recursos no setor turístico, porque esta é uma atividade estratégica para a expansão econômica do Estado. A justificativa do volume de investimento está na capacidade de geração de divisas, emprego e renda da atividade turística, que interfere positivamente no crescimento de outras atividades produtivas, assim como na existência de grandes recursos ambientais e culturais ainda não explorados turisticamente. Além disso, outro campo de investimento que recebeu incentivos para ampliação é o da produção cultural, que visa também aumentar a auto-estima dos habitantes das regiões, transformando-as em pontos turísticos diferenciados, onde o visitante é um habitante temporário que, mais do que visitar, deve “viver” a Bahia.

Em relação à questão específica da baianidade, a atuação do governo foi bastante incisiva nas propagandas que difundiam a cultura para fora do Estado. Uma característica forte dessa política da identidade é ter como meta atingir o público externo, os turistas, e a partir dessa promoção da identidade um movimento de valorização da cultura local. Desse modo, as políticas de cultura e turismo aproximam-se, sobretudo por sintetizar uma busca pela afirmação da identidade e da diferenciação simbólica. A grande repercussão da afro-baianidade fez com que algumas atividades culturais, que antes não eram bem vistas pela sociedade, fossem aceitas e freqüentadas por aquela parcela da população que não compartilhava dessa cultura afro (KAUARK, 2006).

⁴⁴ O PRODETUR/NE é o Programa de Desenvolvimento Turístico do Nordeste é um programa de financiamento do setor turístico que tem como objetivo desenvolver e consolidar a atividade turística no Nordeste brasileiro garantindo alternativas de sustentabilidade. O Programa é desenvolvido pelos Governos dos Estados do Nordeste, com o apoio do Governo Federal, e financiado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID, através do Banco do Nordeste. O programa na Bahia é denominado PRODETUR-BA, passou à segunda fase e tem suas verbas destinadas à implantação ou melhoria da infra-estrutura básica e turística. A executora do PRODETUR-BA é a SUINVEST, ligada à Secretaria da Cultura e Turismo do Estado.

Na verdade, a reiteração de estereótipos culturais é rentável para a promoção do turismo do Estado, como indica a própria BAHIATURSA⁴⁵:

A conclusão é de que os estereótipos desempenham papel importante na formação da identidade local. Um exemplo disso é a imagem passada de que a Bahia é o Estado do Carnaval e de povo festeiro, o que atrai todos os anos grande quantidade de turistas para a capital e faz com que a população invista na festa. A intenção [...] é mostrar o lado positivo do estereótipo. Alguns, como o de povo acolhedor, hospitaleiro, místico e terra de contrastes entre o velho e o novo, se bem usados, atribuem força à promoção de destinos turísticos. São estereótipos explorados e aproveitados em campanhas publicitárias, por despertarem o interesse do público, instigando a venda do turismo (KAUARK, 2006, p. 19).

A visão da forma como a relação cultura e turismo é pensada pelos órgãos oficiais, nas palavras de Paulo Gaudenzi⁴⁶:

O turismo é um consumidor adicional da atividade cultural baiana. Essa é uma coisa que já se faz desde a década de 70, foi feita em 80 e em 90 com a criação da SCT da Bahia. Essa é a visão que nós tivemos de que a cultura é o grande diferencial do turismo na Bahia. Nos conceitos de promoção que vendemos da Bahia, estão os elementos da cultura como a baianidade, a baiana típica, a comida, o acarajé, a capoeira, o folclore, o artesanato, a música, as festas populares, o carnaval, o São João, etc. Ao destacar esses elementos, agregamos um percentual altíssimo. Isso sem falar no patrimônio histórico que é outro apelo cultural forte (FERNANDES, 2006, p. 20).

Vieira (2006) destaca que, por essa visão, a gestão da cultura e do turismo passou a ser orientada pela lógica de caráter empresarial, em que a tendência à desregulamentação das funções do Estado e a gradativa privatização dessas atividades econômicas deram o tom desse ciclo administrativo.

No setor turístico o mais exemplar, como foi dito, foi o Programa Prodetur, já na área da cultura, o Programa Fazcultura é sua síntese mais notória. Cabe mencionar ainda projetos como o *Cluster* de Entretenimento, que [...] vem a ser um das propostas que melhor espelha a atual concepção que norteia a administração pública sobre o papel a desempenhar na sociedade (VIEIRA, 2006, p. 8)

Ainda que o perfil da política cultural implementada pelo governo estadual baiano conserve esse teor tradicional, voltada para a preservação patrimonial, sua especificidade reside precisamente no fato de conjugar essa sua intervenção mais

⁴⁵ Disponível no site <http://www.bahiatursa.ba.gov.br/memória.htm>

⁴⁶ Disponível no site <http://www.brasilturismojornal.com.br/site.cfm?tp=W&cg=ENTRE¬icia=5213>

clássica, ao tempo em que a potencializa, aos mecanismos institucionais da sociedade de consumidores – o turismo e as indústrias de lazer e de diversão são os instrumentos privilegiados – como que buscando se alinhar à lógica que concede lugar de destaque à esfera cultural no ordenamento social contemporâneo (VIEIRA, 2006).

De acordo com Vieira (2006), e concorda-se com ela, é precisamente diante desse panorama, ao analisar os principais aspectos que conformam o perfil da política estadual de cultura, que se percebe a possibilidade de formular a hipótese de que a dimensão antropológica exortada nos documentos da UNESCO, e que está sustentada na reivindicação de um conceito mais amplo de cultura, “que abarca, além das artes e das letras, os modos de vida, os sistemas de valores” (BRANT, 2003 *apud* VIEIRA, 2006, p. 10), parece não estar totalmente contemplada nos programas oficiais implementados pelo governo baiano.

A orientação da política estadual de cultura vai estar pautada num discurso que enfatiza um “novo modelo” de gestão cultural, no qual a cultura será entendida como um importante vetor para o desenvolvimento do Estado. Nessa narrativa, explicitamente amparada em princípios da agenda internacional para o desenvolvimento, encampada por organismos internacionais como a Unesco, o modelo de intervenção defendido estabelece entre suas prioridades aliar a cultura ao desenvolvimento. Essa linha de pensamento está orientada pelas transformações ocorridas mais intensamente desde a década de 80, sobre o enfoque do papel da cultura para o desenvolvimento global das sociedades. Essa temática ganhou relevância e passou a ser foco de interesse privilegiado para diversos Estados e organismos intergovernamentais — destaque-se a Unesco — fato que promoveu a realização de numerosos fóruns, congressos e estudos sobre política cultural, elevando-a a uma categoria de assunto estratégico na agenda internacional do desenvolvimento das sociedades (VIEIRA, 2006, p. 10).

De acordo com Rubim *et al.* (2005) é de fundamental importância atualmente compreender o funcionamento dos organismos internacionais multilaterais como agentes de destaque para as políticas públicas culturais. Não somente a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO⁴⁷, mas também outros organismos que possuem finalidade semelhante, como a Organização dos Estados Americanos – OEA⁴⁸, a Organização dos Estados

⁴⁷ <http://www.unesco.org>

⁴⁸ <http://www.oea.org>

Ibero-Americanos – OEI⁴⁹, o Convênio Andrés Bello – CAB⁵⁰, entre outros têm sua importância no fato de que

[...] alguns desses organismos, por seus dispositivos legais, acabaram assumindo um status de superlegislaturas, com autonomia suficiente para exercer faculdades normativas em escala supranacional, na medida em que podem adotar convenções internacionais sem necessidade de aprovação prévia dos Estados, ainda que seja necessária sua adesão ou ratificação para que entrem em vigor em âmbito nacional. [...] esses atos normativos acabaram inspirando o modo de atuação de outros organismos similares e exercendo forte influência na formulação das políticas culturais dos países membros (RUBIM *et al.*, 2005, p. 5-6).

Segundo Vieira (2006), aos moldes das narrativas internacionais em torno da importância da cultura para o desenvolvimento, no nível local, estratégias discursivas semelhantes são utilizadas pelo governo estadual baiano para justificar sua aposta no fomento aos processos de criação cultural, bem como para definir seu papel diante desse novo contexto.

Utiliza-se um trecho de um documento programático oficial, citado pela autora, que exprime o conceito de cultura a partir da visão governamental, refletindo o alinhamento aos pressupostos da agenda internacional do desenvolvimento, que ela aponta e que são de fundamental importância para a análise que está sendo proposta.

A cultura é que dá identidade e sentido à vida de um povo, formando simbólica e materialmente, as características que o diferenciam de outros povos, de outros agentes, de outras nações [...] A atividade cultural permeia tudo: turismo, educação, economia, o meio ambiente. É, portanto, importante agente para o desenvolvimento econômico e social de um povo [...] O enfoque da política de desenvolvimento deve considerar, por conseguinte, o setor cultural como um sistema que requer uma ação específica do Estado como base ou marco referencial, com interface com todos os demais setores da atividade humana (BAHIA, 2003 *apud* VIEIRA, 2006, p. 4).

Isso pode ser observado na famosa máxima proferida pelo ex-ministro da Cultura, Francisco Weffort que “cultura é um bom negócio” e sintoniza-se perfeitamente com essa interpretação sobre o papel da cultura na contemporaneidade (VIEIRA, 2006). Atualmente os números e estatísticas que envolvem a economia da cultura passaram a ser tão alardeados e se tornaram uma

⁴⁹ <http://www.oei.es>

⁵⁰ <http://www.cab.int.co>

rica fonte de convencimento para aqueles mais resistentes e céticos em relação à necessidade de estímulo à cultura – considerada uma atividade de natureza predominantemente “desinteressada”. Mesmo que se ressalte os benefícios sociais que a atividade cultural pode gerar, não restam dúvidas de que são as cifras vigorosas que movimentam o mercado cultural (seja no que se refere aos números de empregos gerados, seja em torno da movimentação financeira decorrente de sua produção, circulação e consumo) o grande trunfo dos governos para justificar os gastos públicos nesse setor.

Apesar de o Ministério da Cultura ser a pasta contemplada com o menor orçamento da Federação – 0,26% dos R\$ 400 bilhões do orçamento total da União (HERNANDES, 2003 *apud* VIEIRA, 2006) – hoje, no Brasil, a produção cultural gira em torno de 1% do PIB e gera meio milhão de empregos (BRASIL, 1998 *apud* VIEIRA, 2006).

No que se refere ao turismo, muitos dos organismos multilaterais internacionais de cultura, além da Organização Mundial do Turismo – OMT⁵¹, que se dedica exclusivamente à essa atividade e traz em suas diretrizes e políticas o turismo cultural, além de admitir o caráter cultural da atividade em si, se preocupam com a relação entre cultura e turismo. A UNESCO tem entre suas linhas principais de atuação o Turismo Cultural; a OEI, na sua área de atuação de fortalecimento da capacidade de gestão cultural, possui um Projeto de Turismo Cultural; o CAB, na sua área de atuação denominada Somos Patrimônio, possui uma linha dedicada à Cartografia da Memória que visa a valorização do patrimônio cultural imaterial e tem como eixo principal as festas tradicionais e populares (RUBIM *et al.*, 2005).

Esse é o contexto – explicado aqui de forma bastante simplificada e introdutória – que vem sendo discutido, conforme visto, desde os níveis internacionais, até às esferas federal brasileira e estadual baiana no que se refere à ligação entre cultura e turismo. É essa interseção, entre as duas áreas e o ponto onde fenômenos sociais de grande importância desde os primórdios da civilização humana tornam-se estratégicas atividades econômicas, que será fundamental para a compreensão de como algo universal e/ou particular poderá ser observado quando for analisado o singular.

⁵¹ <http://www.unwto.org>

Para prosseguir esta análise se faz necessária uma breve descrição do que vem a ser a Análise do Discurso, uma das ferramentas metodológicas principais utilizadas para a elaboração desta dissertação.

4.2. A METODOLOGIA: ANÁLISE DO DISCURSO

O turismo, entendido tanto como atividade econômica quanto como fenômeno sociocultural, é considerado de uma forma bastante polêmica. Alguns acreditam que traz enormes benefícios para as localidades e comunidades que se inserem em sua dinâmica; enquanto outros crêem que se trata de um fenômeno supervalorizado e que, na verdade, seus impactos negativos são maiores que os positivos. Um dos motivos para esta situação pode ser compreendido à luz das teorias enunciadas pela Análise do Discurso, uma vez que este campo se preocupa com a utilização da linguagem carregada de seu contexto histórico-social e de sua carga ideológica.

4.2.1. O que é a Análise do Discurso?

Qualquer estudo da linguagem é hoje, de acordo com Brandão (1996), de alguma forma, tributário de Saussure (1974), quer tomando-o como ponto de partida e assumindo seus postulados teóricos, quer rejeitando-os. Sua maior contribuição é a concepção dicotômica entre língua e fala que, no entanto, mostrou-se limitada, pois colocava como objeto da lingüística apenas a língua de uma forma abstrata e ideal que constituía um sistema sincrônico e homogêneo. Bakhtin (1979) segue o mesmo caminho de que a língua é um fato social, mas diferencia-se ao afirmar que a matéria lingüística é apenas uma parte do enunciado, pois existe uma parte não-verbal que corresponde ao contexto da enunciação.

A visão da linguagem como interação social é fundamental, pois determina que o interlocutor (o outro), e não apenas o enunciador, desempenha um papel fundamental na constituição do significado, integrando todo o ato de enunciação individual num contexto mais amplo, revelando as relações entre a lingüística e o social.

Nessa perspectiva, fica evidente que uma lingüística imanente que se limite ao estudo interno da língua não poderá dar conta do seu objeto. É necessário que ela traga para o interior mesmo do seu sistema um enfoque que articule o lingüístico e o social, buscando as relações que vinculam a linguagem à ideologia. Sistema de significação da realidade, a linguagem é um distanciamento entre a coisa representada e o signo que a representa. É nessa distância, no interstício entre a coisa e sua representação signica que reside o ideológico (BRANDÃO, 1996, p. 10).

Citando Bakhtin (1979 *apud* Brandão, 1996), a autora explica que a palavra é o signo ideológico por excelência, pois por ser produto da interação social ela se caracteriza pela pluralidade e, assim, é o lugar privilegiado para a manifestação da ideologia. É um retrato das diversas formas de significar a realidade, segundo vozes e pontos de vista daqueles que a empregam.

Orlandi (1993) explica que é fundamental considerar a linguagem como interação, vista na perspectiva em que define a relação necessária entre ser humano e realidade natural e social. No entanto, a linguagem não deve ser considerada como um dado nem a sociedade como um produto, afinal, elas se constituem mutuamente. Portanto, o estudo da linguagem não deve estar separado da sociedade que o produz. Os processos que entram em jogo na constituição da linguagem são os históricos-sociais.

A partir dessas considerações, os estudiosos passaram a buscar compreender o fenômeno da linguagem não mais centrado apenas na língua – um sistema ideológico neutro – mas sim em um nível que estivesse além da dicotomia saussuriana. Essa nova instância da linguagem é o que se chama discurso: o ponto de articulação dos processos ideológicos e dos fenômenos lingüísticos (BRANDÃO, 1996). E na perspectiva da análise do discurso, a utilização das palavras é um ato social e traz consigo todas as implicações possíveis: conflitos, reconhecimentos, relações de poder, constituição de identidades, etc. (ORLANDI, 1993).

Para Pêcheux (1969 *apud* Orlandi, 1993) é preciso explicitar que os interlocutores, a situação, o contexto histórico-social e ideológico que são considerados nas condições de produção constituem o sentido da seqüência verbal produzida e não são apenas meros complementos. Todo o falante e todo o ouvinte ocupam um lugar na sociedade e isso faz parte da significação.

Os discursos são elaborados a partir de outros discursos preexistentes num contexto determinado e provavelmente irão gerar outros discursos de teor semelhante. Eles funcionam porque já se sabe previamente que aquela enunciação

discursiva será reconhecida pelos receptores a partir de experiências anteriores que eles possuem de reagir a discursos semelhantes. Isso ocorre porque tanto os emissores quanto os receptores reagem de acordo com o próprio contexto histórico, social, cultural no qual estão inseridos.

De acordo com Orlandi (1993) o princípio teórico fundamental é considerar que há uma relação entre linguagem e exterioridade que é constitutiva. Essa relação é orgânica e não apenas adjetiva, ou seja, não se pode dizer que são acrescentados dados históricos em determinado discurso para melhor delimitar sua significação, e sim que o próprio processo de significação é histórico.

Outro aspecto importante que a autora destaca é que as palavras mudam de sentido ao passarem de uma formação discursiva para outra, pois muda sua relação com a formação ideológica. E também deve ser ressaltado que os sujeitos não se apropriam da linguagem num movimento individual. A forma dessa apropriação é social e nela está refletida a forma como o sujeito a fez, sua interpelação pela ideologia. O sujeito que produz a linguagem também está reproduzido nela e, apesar de muitas vezes acreditar que é a fonte exclusiva de seu discurso, na realidade está retomando sentidos que são preexistentes. E o que é muito importante para fins do presente estudo:

A sedimentação de processos de significação se faz historicamente, produzindo a institucionalização do sentido dominante. Dessa institucionalização decorre a legitimidade, e o sentido legitimado fixa-se então como centro: o sentido oficial, literal (ORLANDI, 1993, p. 19).

Praticamente todos os estudiosos da análise do discurso (ORLANDI, 1993; BRANDÃO, 1996; MAINGUENEAU⁵², 1997; entre outros) destacam a importância das contribuições de Foucault para a evolução do campo. Para Foucault (1969 *apud* Brandão, 1996), os discursos são concebidos como uma dispersão, isto é, como sendo formados por elementos que não estão ligados por nenhum princípio de unidade. Cabe à análise do discurso descrever essa dispersão, buscando o

⁵² A autora chama a atenção para as diferenças entre a “Escola Francesa de Análise do Discurso” e o que é conhecido genericamente nos Estados Unidos como “análise do discurso”. A Análise do Discurso (AD) francesa tem seu foco no tipo de discurso escrito (quadro institucional/doutrinário), com propósitos textuais (trabalhando a questão da explicação – forma/construção do objeto), através do método estruturalista (lingüística e história) e tem sua origem no campo da lingüística. Já a AD anglo-saxã é focada no discurso oral (conversação cotidiana/comum), com propósitos comunicacionais (trabalhando mais a descrição – uso/imanência do objeto), através do interacionismo (psicologia e sociologia) e tem sua origem no campo da antropologia.

estabelecimento de regras capazes de reger a formação dos discursos. Para Foucault, o discurso é um conjunto de enunciados que têm seus princípios de regularidade e se remetem a uma mesma formação discursiva. Então, sua análise consistirá na descrição dos enunciados que a compõem.

Deve-se ter em mente que a análise do discurso tem como unidade o texto. Orlandi (1993) afirma que, na perspectiva da análise do discurso, o texto é definido como a unidade complexa de significação, sendo consideradas suas condições de produção. “O texto se constitui, portanto, no processo de interação. A relação entre o discurso e o texto é a que existe entre o objeto teórico e o da análise” (ORLANDI, 1993, p. 21). A autora explica que enquanto unidade pragmática, que se constitui na interlocução, não importa a extensão do texto: pode ser uma palavra, um sintagma, um conjunto de frases (escrito ou oral), o que importa é que funciona como unidade de significação em relação à situação.

Os discursos não são absolutos, eles possuem um caráter de recorte e incompletude justamente por estarem inseridos em um contexto mais amplo, o da ideologia, sendo que possuem uma multiplicidade de sentidos possíveis que serão dados de acordo com os diversos sujeitos.

Resumindo, Orlandi (1993) explica que ao ser definido o funcionamento como a estruturação de um discurso determinado, por um falante determinado, para um interlocutor determinado, com finalidades específicas, esse determinado não é um, mas o circunscrito à experiência social, da época e grupo social. Isto é, apesar de, ao emitir um discurso, o emissor poder pensar que se trata de um processo individual que será recebido de forma individual pelo interlocutor, na verdade tanto a forma de emissão, quanto a de recepção, quanto o que está sendo enunciado são resultados de um contexto e processo coletivo e comum a todos. Por este motivo os discursos conseguem ser eficientes, eles não são neutros e serão recebidos de qualquer forma, eles já trazem em si elementos ideológicos que induzem um determinado tipo de recepção e interpretação. Lembrando que tanto quem escreve/fala como quem lê/ouve produz os seus próprios sentidos de acordo com os critérios sociais, culturais e históricos. A publicidade e o jornalismo têm esses elementos sempre presentes, assim como os políticos.

Dessa forma, o que a análise do discurso procura apreender é a singularidade do uso da linguagem ao mesmo tempo em que visa construir um quadro geral, inserindo o uso particular em um domínio comum. Por isso, acredita-se

que a forma como é constituído o discurso do turismo está inserida em um contexto maior que é o do discurso da contemporaneidade que leva em consideração todos os elementos que são intrínsecos ao capitalismo global; aos processos de mundialização da cultura; à sociedade em rede com suas facilidades de transporte, comunicação e tecnologia; às discussões em torno das identidades, das territorialidades, entre outros.

4.2.2. A Análise do Discurso no turismo

Pouco tem sido escrito e publicado sobre análise do discurso no turismo no Brasil. Com a exceção de Coriolano (2005), apenas alguns textos foram apresentados em eventos e publicados na internet recentemente a respeito, principalmente, do discurso publicitário do turismo⁵³.

Conforme já foi dito, o discurso em torno do turismo é um repertório polêmico. Isso porque o referente é disputado pelos interessados que estão situados em contextos diferentes e muitas vezes opostos, criando uma relação tensa de alterações de sentidos e configurando-se como uma prática de resistência e afrontamento. Para alguns sujeitos, interessa o discurso do turismo degradador e para outros o do turismo como atividade que conduz ao desenvolvimento. Ao enunciar um discurso, significa-se o homem e significa-se o próprio mundo ao mesmo tempo, ou seja, a realidade constitui-se nos sentidos que o homem dá a partir de sua posição de sujeito e exercício social. Dessa maneira, a linguagem é uma prática, não apenas no sentido de efetuar atos, mas aquela de dar sentidos e de intervir no real (CORIOLANO, 2005).

Para análise de discurso podem ser tomados como objetos qualquer tipo de texto: artigos, textos de jornais, entrevistas, depoimentos de natureza diversa; algumas são peças do planejamento governamental, práticas empresariais e depoimentos de líderes comunitários, entre outros.

O turismo atualmente é visto como uma das mais destacadas opções para o desenvolvimento de países, estados e municípios. Ao contrário do

⁵³ Ver os artigos de: Pereira e Ornelas (2005); Michelini (2006); Oliveira *et al.* (2006); Santos e Gayer (2006); Silva (2006); Torres (2006); Coimbra de Sá (2006). Além disso, a tese de Zanlorenzi (1998) apesar de não tratar especificamente do discurso no turismo também faz uma análise do discurso da preguiça baiana que, segundo a autora, de uma certa forma também está relacionada à atividade turística.

investimento em instalação de parques industriais e tecnológicos que apresentam uma série de complicações evidentes para sua implementação, qualquer localidade acredita poder investir em turismo a partir de qualquer tipo de potencial que seu território possua: natural, histórico, religioso, cultural, de eventos, etc. E mesmo quando o local não possui nenhum desses atrativos, ainda pode construir atrativos artificiais e se preocupar apenas com investimentos na área de infra-estrutura básica e de serviços. Essa crença que já está generalizada, e que surgiu a partir de uma minimização das conseqüências e dos impactos que são causados pela atividade e da maximização de suas vantagens econômicas, faz com que o discurso do turismo esteja presente em quase todos os cantos do mundo.

Esta superestimação de seu desempenho criou falsas expectativas, pois o turismo, que por si mesmo não oferece possibilidade de solução dos problemas, não tem condições de desenvolver regiões pobres, nem de distribuir a riqueza do País. Fez foi acrescentar problemas, mesmo quando passou a ser tratado como política, porque é produzido para acumulação capitalista e não para atender as necessidades básicas do trabalhador (CORIOLANO, 2005, p. 54).

Em relação ao turismo, têm-se de um lado os discursos e as práticas políticas dos governos e dos grandes empresários e do outro os discursos das comunidades e dos pequenos empreendedores. Normalmente, os focos de interesses são específicos e divergentes. Para os primeiros, o objetivo principal seria a acumulação de capital e para os segundos o enfoque seria mais humanista, baseado na melhoria de condições de vida, solidariedade, valorização da comunidade e do lugar. O processo de construção desses discursos funciona quando as idéias dominantes são divulgadas e propaladas até a formação de um (ou mais) discurso coletivo. É dessa forma que a maioria das pessoas afirmam que o turismo é gerador de emprego e renda.

A preocupação de Coriolano (2005, p. 54) é que “esta mentalidade inerente a fala dos sujeitos sociais do turismo – incluindo os governos, empresários e as comunidades - corre o risco de se transformar em discurso sem significado, vazio e desacreditado”. Ou vigências, que nos termos de Ortega y Gasset (1973 *apud* Coriolano, 2005, p. 54) significam “idéias que se tornam opiniões estabelecidas”. As vigências não necessitam de apoio e amparo por parte de indivíduos ou grupos determinados, pelo contrário, elas se impõem a todos e exercem sobre todos sua pressão. Em um primeiro momento, a idéia é pressionada,

depois é vigência e não mais questionada. Essa é também a preocupação que está por trás da análise proposta na presente dissertação. A forma como um determinado tipo de discurso, proporcionado por um sujeito/agente específico, que atua no campo do turismo, passa de ser uma idéia do senso comum, apoiada em um determinado contexto histórico e sociocultural, para ser uma verdade absoluta no inconsciente coletivo.

Coriolano (2005) explica que alguns estados brasileiros – e ela cita o exemplo do Ceará – vêm servindo como laboratório dessa dialética expressa nos discursos e práticas sobre o turismo, que se opõem a uma visão oficial e de mercado uma outra mais humanista e comunitária. Para a autora, o discurso do governo garante que o Estado está a caminho do desenvolvimento, que este é o caminho certo, pois não há outro, e que os obstáculos deverão ser vencidos. No entanto, adota normas e posiciona-se quase sempre a favor das empresas, com políticas indutivas da economia, de forma similar ao que ocorre em outros países latino-americanos, e cujos discursos ratificam a proposta neoliberal e apenas engrandecem o mercado. Para ela, o Estado evita fazer interlocuções com os críticos que sugerem outros caminhos, pois não está disposto na maioria das vezes a ceder em seus pontos de vistas. E mesmo quando incorpora em seus discursos a idéia de comunidade e da inclusão social, apenas o faz para se legitimar e, mais que isso, para cooptar os movimentos e as resistências sociais trazendo-os para seu lado e diminuindo as resistências.

Assim, as políticas de turismo são sistemas logísticos globais sob o comando de corporações e bancos internacionais que se sobrepõem à lógica dos governos estaduais e municipais, redirecionando-as para interesses globais, embora guardem relativamente especificidades regionais. Os estados que não possuíam ambientes sociais e culturais favoráveis não tiveram outra saída senão investir na construção de uma forma de turismo segregado, que impede o turista de conhecer de fato o local que visita. Muitos acreditam que a atividade foi introduzida nos países periféricos como alternativa de oferta de emprego e renda, e isso virou um mito. Daí por que aqueles que ainda não se inseriram nos roteiros lutam para sua inclusão e a fim de atrair visitantes que comprem seus produtos, degustem a comida típica local, adquiram o artesanato, usem a hospedagem e usufruam a natureza ou paisagem com as trilhas para passeio e deleite (CORIOLANO, 2005, p. 55).

Em geral, para Coriolano (2005), o discurso dos empresários em muitos pontos afina-se com o do governo. Basicamente o que defende é a bandeira do efeito multiplicador do turismo e da geração do emprego e renda. No entanto, entre

eles, há disputa de poder pelo mercado e espaços turísticos. Isso porque a relação entre local e global nem sempre é harmoniosa nem atende a interesses comuns. Já o discurso da sociedade civil organizada e das comunidades é dividido entre aqueles que não acreditam no turismo e acham que os empresários superestimam suas possibilidades quando fazem referências aos extraordinários ganhos do setor e os que acreditam que o turismo promove o desenvolvimento e trará solução para tudo. Os que são descrentes utilizam o discurso que afirma que o governo e a classe empresarial são aliados, se omitem da discussão e não assumem responsabilidades sobre os problemas criados por eles mesmos, como por exemplo a acelerada expansão do uso do solo urbano, a especulação imobiliária, o esgotamento dos recursos naturais continentais e marinhos, os problemas das migrações massivas incontroláveis, a desordem urbana, a segregação espacial, a descaracterização cultural e a expropriação das terras das comunidades nativas.

Resumindo, pode-se dizer que existem diversos discursos sobre o turismo e que eles estão relacionados a grupos dominantes ou de resistências e subjugados. O que se sabe é que este não é diferente de nenhuma atividade capitalista, portanto não deve ser considerado nem como uma maldição nem uma benção. O discurso do turismo de uma forma ampla é o que determina as práticas políticas dos discursos hegemônicos e dos de resistência. Para Coriolano (2005, p. 55) “não pode ser, portanto uma atividade econômica sólida, que possa resolver os problemas socioeconômicos estruturais dos países periféricos, embora faça promessas neste sentido”.

A partir de agora parte-se para análise de como alguns elementos da cultura baiana – e aqui se fala especificamente das festas populares religiosas existentes em Salvador e no Recôncavo, com as quais são identificadas as características de baianidade e sincretismo já apresentadas – são apropriados pelo discurso do turismo – que também já foi discutido em linhas gerais – através das ações propostas pelo Sistema da Cultura e Turismo do Governo da Bahia – que tem como seu órgão principal a SCT, sendo que esta coordena as ações de diversos outros órgãos de cultura e/ou turismo a ela vinculados e já informados anteriormente.

Para esse objetivo específico serão analisadas duas publicações oficiais da SCT, a saber, *Século XXI – Consolidação do turismo: estratégia turística da*

Bahia 2003-2020 e Século XXI – Desafios da cultura: política cultural da Bahia 2003-2020, ambas publicadas em 2005.

O esforço metodológico encontra-se na tentativa de, através de uma análise transversal feita a partir da Análise do Discurso, situar o problema em seu aspecto de singularidade – ou seja, as festas populares religiosas baianas (tanto como produto turístico como quanto imagem simbólica que permeia a noção de baianidade) – dentro da particularidade, ou seja, a temática das festas, que se encontra na interseção entre a área da cultura e do turismo e, em seguida, por consequência, dentro do contexto universal contemporâneo. Para uma melhor visualização do problema de pesquisa proposto, ver Figura 4.

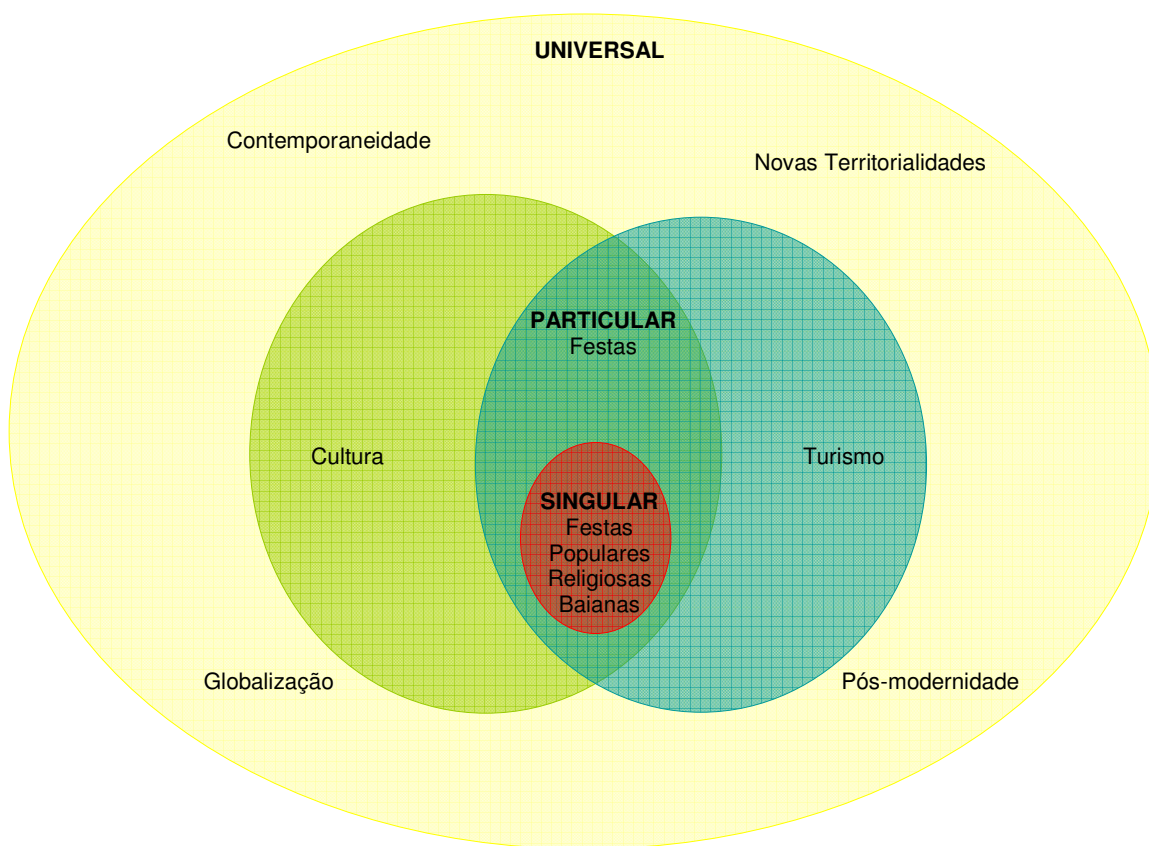


Figura 4 – Estrutura do problema de pesquisa: Festas Populares Religiosas Baianas, do singular ao universal, através do discurso dos Órgãos Oficiais de Cultura e Turismo.

Fonte: Elaboração própria.

A análise dos documentos será feita de forma qualitativa e subjetiva, buscando identificar nos mesmos as idéias-chave que foram apresentadas no decorrer da dissertação e comparando a forma como elas aparecem nos documentos com os conceitos apresentados aqui. A seção seguinte será dedicada à análise do documento da cultura e, posterior a ela, será feita a análise do documento do turismo, sendo que, ao final das duas será apresentado um quadro-síntese para facilitar a comparação dos dois documentos entre si.

4.3. O DOCUMENTO DA CULTURA

O documento *Século XXI – Desafio da cultura: política cultural da Bahia 2003-2020* (BAHIA, 2005b) está estruturado da seguinte forma: Mensagem do Governador; Apresentação; Capítulo 1 – Os desafios da cultura no século XXI; Capítulo 2 – Indústrias Criativas: o caminho do futuro; Capítulo 3 – Arrancada cultural; Capítulo 4 – Cultura: prioridade do governo; Capítulo 5 – Sistema de Cultura e Turismo do Governo da Bahia; Capítulo 6 – Diretriz, princípios e estratégias; Capítulo 7 – Instrumentos de suporte; Capítulo 8 – Ações estruturantes; Capítulo 9 – Ações, programas e projetos; Capítulo 10 – Prêmios especiais; Capítulo 11 – Ações e projetos apoiados; Capítulo 12 – Entidades conveniadas; Capítulo 13 – Espaços e equipamentos culturais; Projeções e necessidades de investimentos; Equipamentos e complexos culturais do futuro.

A partir de agora, parte-se para a análise de alguns trechos presentes na obra considerados como representativos do discurso do sistema oficial de cultura e turismo do Estado da Bahia e que tem como seu órgão representante principal a SCT. Nem todos os capítulos serão analisados, apenas serão destacados alguns trechos que tratam das idéias já discutidas na dissertação para exemplificar a forma de inserção do discurso baiano oficial no contexto que se apresentou aqui.

O que se pode perceber pela análise geral do documento e que se tentará demonstrar aqui é que o pensamento refletido pelo discurso da SCT está conectado em muitos momentos ao contexto nacional e mundial. As características e contradições da globalização e da pós-modernidade podem ser observadas claramente quando há um destaque para a importância social da cultura enquanto processo imprescindível para o desenvolvimento humano e das sociedades e, no entanto, ao tentar inserir a cultura nos mecanismos de desenvolvimento econômico,

surge a dificuldade em respeitar seus mecanismos e processos internos de criação e perpetuação e as exigências do mercado de bens simbólicos.

Como em qualquer período histórico, e como já foi destacado nesta dissertação, não existe um único discurso nem uma única teoria que seja unânime ao tratar da contemporaneidade e suas características de globalização, novas territorialidades e pós-modernidade. Sempre existirão divergências ideológicas. Da mesma forma, não existe um único discurso oficial sobre cultura e turismo no Estado da Bahia. O que será analisado é o que está escrito nos documentos selecionados e a forma como os trechos destacados estão relacionando-se aos assuntos aqui já abordados.

O que se observa na atualidade é que existe uma dificuldade em traçar um limite entre o respeito aos processos culturais enquanto manifestações do saber fazer e viver das comunidades e a importância da cultura para uma sociedade e a inserção da cultura enquanto produto nas redes de comercialização mundial (representadas principalmente pela “indústria” cultural e do turismo). Essa contradição é muito complexa e não se busca aqui tentar resolvê-la. A tentativa de análise dos documentos visa apenas contribuir de uma pequena forma para a compreensão de que as dificuldades enfrentadas no nível estadual são as mesmas que podem ser observadas no contexto mais amplo das discussões sobre a utilização da cultura pelo turismo e a forma como a imagem de um local festeiro contribui para a construção do produto turístico baiano.

Já na mensagem de abertura do governador Paulo Ganem Souto (2002-2006), encontram-se algumas indicações de interesse para a forma como a cultura é compreendida na visão oficial:

A Bahia é um estado privilegiado. Berço da civilização brasileira, de singular densidade histórica e culturalmente rica e diversificada, é **um dos mais expressivos pólos de produção cultural do país. É dever do Estado preservar essa identidade e possibilitar meios para a construção continuada da nossa cultura, sem imobilismo ou isolamento.**

[...]

Por encontrar-se intimamente ligada ao exercício da cidadania, a cultura é, ao mesmo tempo, base e reflexo do processo de desenvolvimento global. Importante para o desenvolvimento econômico e social dos povos é uma atividade que permeia a educação, o turismo, a economia e o meio ambiente, permitindo que atividades educacionais, científicas e tecnológicas sejam desenvolvidas em benefício da coletividade.

[...] a Secretaria da Cultura e Turismo passou a se constituir efetivamente em agente impulsionador na difusão e incentivo à atividade cultural, **entendendo-se a cultura também pelo aspecto econômico e como importante fator de diferenciação turística.** Incorporando políticas integradas e inovadoras, a cultura possibilita fortemente a geração de novas oportunidades de trabalho e de resgate social de considerável parcela da população.

[...]

Ao conferir prioridade à cultura, o Governo da Bahia tem destinado do orçamento global do Estado cerca de 1,2%, em média, para a área cultural, nos últimos 10 anos, apesar de todas as dificuldades conjunturais. Mesmo assim, **reconhece a necessidade desse percentual ser gradativamente aumentado, dada a importância que a cultura representa no plano de desenvolvimento global do Estado.** (BAHIA, 2005b, p. 9-11, grifos meus)

O discurso do governador parece demonstrar que existe a visão, por parte do poder público, que a cultura é um aspecto complexo da humanidade, que está ligada à cidadania, aos processos de construção simbólica do social e algo que permeia a sociedade, a economia e o meio ambiente. Além disso, conforme já foram demonstrados em diversos estudos, e de acordo com o cenário da contemporaneidade, efetivamente a cultura está inserida no capitalismo, sendo a economia criativa e as indústrias culturais, poderosos instrumentos de geração, movimentação e distribuição de riqueza e geração de empregos em todo o mundo. No entanto, o que tem acontecido fortemente na Bahia (assim como em outros Estados e países) é que existe uma forte vinculação da cultura como subordinada à atividade turística. O turismo e a cultura podem andar juntos, como uma das opções para o desenvolvimento de uma sociedade, tanto econômico quanto social, mas a importância da cultura deve lhe conferir também uma independência do turismo no que se refere às políticas públicas.

O que ocorre é que, conforme as críticas tecidas por diversos autores no que se referem às políticas culturais, elas têm sido, na verdade, vinculadas às políticas de turismo. Da mesma forma, as críticas apontam para o fato de que, apesar de constantemente informar sobre os investimentos que têm sido gradativamente feitos na área cultural (apesar de admitir não ser o suficiente), na verdade o Estado tem deslocado a responsabilidade pela promoção cultural para as empresas privadas (através de isenção de impostos), como demonstra o caso do FazCultura.

A iniciativa privada pode e deve contribuir com o campo cultural, mas não pode ser a única ou principal fonte de financiamento, pois, como se sabe, sua principal intenção é a busca pela maximização dos lucros, e nem todos os produtos

culturais possuem o mesmo tipo de interesse por parte do mercado. Dessa forma, é preciso que o Estado trabalhe com mecanismos efetivos para o fomento e distribuição daquele tipo de cultura que é importante para as comunidades e pequenos produtores, mas que não possui um grande apelo comercial.

O que a análise dos documentos (em especial da cultura) parece demonstrar é que oficialmente, a subordinação da cultura ao turismo ocorre de uma forma bastante sutil, assim como é feita a utilização das festas populares religiosas para a promoção do “produto Bahia”. Algumas pistas nesse sentido são fornecidas ao contextualizar o que é dito nos documentos com a análise das ações, como um todo, da trajetória histórica das políticas públicas baianas, mas em poucos momentos, essa vinculação é feita de forma ostensiva. Trata-se de uma construção que vem sendo feita na trajetória histórica das políticas públicas e que vem se transformando de acordo com o crescimento dos debates a respeito das potencialidades e problemas dessa relação nos diversos níveis – do municipal ao mundial – e incorporando os discursos técnicos e teóricos que se ocupam do assunto.

A apresentação do documento, assinada pelo Secretário da Cultura e Turismo Paulo Renato Dantas Gaudenzi (1995-2006), traz a seguinte contribuição:

Ímpar na diversidade cultural, múltipla na origem étnica, mística nas crenças, bela na exuberância natural, poderosa por força dos seus deuses e orixás, privilegiada pela mágica sensualidade da sua gente, criativa e movida pelo trabalho, a Bahia traçou as metas, elaborou projetos e programas com a finalidade de consolidar o papel de destaque que sempre desempenhou na história e na cultura do país (BAHIA, 2005b, p. 13, grifos meus).

Pela análise dos documentos percebe-se que as ações de marketing cultural ocupam um grande espaço nas ações da SCT. O marketing é uma das principais ferramentas para a inserção das economias e sociedades no capitalismo global. No contexto atual, é preciso que os produtos obtenham destaque no meio de uma oferta tão extensa e diversificada, em qualquer que seja a atividade econômica que se esteja tratando. Como já foi visto, a preocupação com a construção da imagem cultural e turística da Bahia vem ocorrendo desde a década de 1940 quando a forma de ser e viver do baiano começou a ser utilizada pelas diversas formas de manifestação artísticas e divulgadas em nível nacional e internacional. Este complexo processo de elaboração do que se denomina baianidade conduziu a

visões estereotipadas que funcionam de forma positiva ou negativa, dependendo do contexto a que se relacionam.

Esse trecho demonstra que o que se busca é afirmar os estereótipos considerados positivos, representados por uma série de clichês que estão presentes no senso comum e são associados à Bahia. No entanto, para evitar que a dedução, de que todas essas características normalmente levam a fazer crer que “essa gente criativa”, na verdade, é dada ao ócio e não ao trabalho, é acrescentada a idéia de que essa mesma gente criativa é “movida pelo trabalho”. Esse foi um recurso importante usado no texto, para evitar que os estereótipos positivos sejam ofuscados pela idéia de um estereótipo negativo – a preguiça – que normalmente vem a reboque dos demais, mesmo porque seu processo de construção e difusão está intimamente associado aos demais. Ou seja, o lado positivo da noção de baianidade (que reforça o estereótipo do baiano) traz consigo, no imaginário coletivo, o lado negativo, fazendo com que sua separação seja bastante difícil. Essa questão ocorre também com estereótipos relativos a outras regiões (estaduais ou nacionais), como é o caso do carioca festeiro, mas malandro; do mineiro hospitaleiro, mas desconfiado; do alemão eficiente, mas frio nas relações pessoais; entre muitos outros amplamente reconhecidos pelo senso comum.

Um dos grandes desafios da gestão pública é inserir a cultura na realidade de mercado, respeitando, entretanto, a liberdade de produção cultural e, principalmente, **a liberdade de criação**, que envolve aspectos simbólicos dos sentimentos, **assegurando meios para que evolua dentro da dinâmica de valores em constante mutação, e tolerância para com os processos de adaptação ou ajustamentos às novas realidades.** (BAHIA, 2005b, p. 13, grifos meus)

A partir da análise dessa citação, percebe-se que apesar de que a principal intenção é de inserir a cultura na lógica de mercado, para obtenção de ganhos econômicos – que poderão, ou não, dependendo de como esse processo se dará – trazer benefícios sociais para os produtores culturais⁵⁴ e para a população de forma mais ampla, é feita uma ressalva para justificar que isso se dá devido às próprias condições históricas, sociais, econômicas, políticas, culturais e tecnológicas

⁵⁴ Aqui a denominação produtor cultural é entendida como aquele que efetivamente produz a cultura, a realiza através de suas criações artísticas, intelectuais, culturais (artistas plásticos, escritores, artesãos, músicos, compositores, atores e autores teatrais e de cinema, dançarinos, coreógrafos, pintores, etc.) em oposição ao gestor cultural, que seria o responsável pelo gerenciamento desses produtos ou manifestações culturais.

da atualidade e que esse contexto está na base para essa forma de raciocínio. Ou seja, o próprio documento deixa claro que considera todo o contexto que vem sendo discutido no cenário nacional e internacional.

O capítulo 1, denominado *Os desafios da cultura no século XXI*, traz a justificativa para a política cultural que é adotada pela SCT e demonstra seu posicionamento ideológico.

Cultura é um processo e produto, algo tangível e intangível que exprime o enredamento do homem em teias simbólicas, em crenças comuns e em valores compartilhados. Ela existe pelos traços distintivos, pelas peculiaridades, pelo que torna diferente um povo ou uma nação de outro povo ou nação (BAHIA, 2005b, p. 19).

A definição de cultura revela sua complexidade enquanto processo de construção simbólica da humanidade. No entanto, sempre é deixado claro que ela também é um produto. Poder-se-ia pensar que se trata de produto enquanto uma manifestação física da cultura (sua dimensão tangível) que se opõe ao seu caráter intangível, no entanto, o texto do capítulo leva na direção de interpretar produto como aquilo que tem valor econômico potencial, que pode ser vendido e consumido. No contexto contemporâneo há uma tendência a admitir que tudo realmente é um produto (no sentido econômico do termo) e que, por isso, o melhor que pode ocorrer em decorrência disso é o agente produtor da cultura lucrar com sua inserção num mercado cada vez mais amplo. No entanto, assim como Coriolano (2005) e muitos outros autores se referem ao turismo, da mesma forma nem todos os produtos culturais (tangíveis ou intangíveis) têm potencial para serem consumidos no mercado global. A quase obrigatoriedade de transformar cultura em negócio é uma tendência observada na contemporaneidade e que pode ser observada também no caso baiano.

A cultura pode servir como um importante fator de desenvolvimento, mas ela não deve ser vista como primordialmente um produto cultural que deve ser comercializado, pois desta forma corre-se o risco de que apenas determinadas formas de cultura sejam valorizadas em detrimento de outras. Além disso, pelo seu próprio caráter de refletir os processos mais amplos pelos quais passam a sociedade, os produtos (aqui no sentido mais amplo do termo, não apenas econômico) cultural tem também o papel de contestar a realidade e ir de encontro às

forças hegemônicas. Desta forma, os tipos de cultura que não incorporam a visão de mercado estariam fadados ao desaparecimento.

Consituindo-se uma das vias capazes de **permitir a saída da crise de valores que assola o mundo**, a cultura, assim como suas questões relativas, enfrenta desde as últimas décadas do século XX uma série de desafios. A começar pelas **políticas públicas e administrações de orçamentos que consideram, muitas vezes, investimentos em cultura como secundários, de pouco ou nenhum significado econômico**. Não raro, falta por parte de alguns gestores públicos, uma percepção mais clara de que **a cultura serve de instrumento que amplia a liberdade e consolida a democracia e é fator de construção da cidadania, de inclusão social, de resgate da auto-estima de grande parcela da população, devendo assim ser considerado como um setor de maior relevância para o desenvolvimento** (BAHIA, 2005b, p. 19, grifos meus).

A cultura é considerada nesta passagem, como algo com fim em si mesmo, mas que também possui significado econômico. No entanto, esse significado não visaria apenas o lucro, os ganhos financeiros, o crescimento da economia, ele tem como finalidade, por ser algo que permite “a saída da crise de valores que assola o mundo” atingir o desenvolvimento. Isso é algo com muito maior amplitude, pois pressupõe não apenas aumento dos índices econômicos (muito utilizados pelos governos para demonstrar sua eficiência), mas também a melhoria da qualidade de vida da população. Essa noção do papel da cultura existe para a SCT, ou seja, seus representantes estão atentos às discussões que têm sido realizadas no âmbito da cultura e não querem que suas ações estejam em desacordo com elas, muito pelo contrário, tentam fazer refletir em seu discurso essas preocupações.

Deste modo, torna-se de vital importância o desenvolvimento da competência gerencial das organizações culturais para torná-las mais eficazes, o que significa aprender a utilizar corretamente instrumentos de gestão, como planejamento, marketing, gestão de pessoas, legislação e outros, levando em consideração suas especificidades no domínio da cultura (BAHIA, 2005b, p. 19).

Portanto, para inserir o processo cultural na lógica do novo modelo capitalista globalizado, é preciso que se utilizem ferramentas imprescindíveis ao gerenciamento de produtos, mas sem deixar de lado todas as especificidades do produto cultural, pois este não se trata de uma mercadoria qualquer.

Terão grandes chances de reverter repercussões negativas dos processos de globalização os países – e, dentro deles, as regiões – que souberem integrar e tirar proveito de sua diversidade cultural, **verdadeiros mananciais de riqueza**; que conseguirem conceber e implementar políticas para assegurar a inclusão de grupos historicamente excluídos; que acreditem no potencial humano e trabalhem a ampliação dos significados da **cidadania** e da **auto-estima**. Desse modo, há de se priorizar questões que remetem às **tradições culturais regionais**. Assim, serão preservados os valores culturais que contribuirão para a cidadania, educação, lazer e entretenimento.

Daí resulta a importância de parcerias das diversas esferas do setor público com universidades, organizações não-governamentais e empresas privadas. **Essas parcerias em muito contribuirão para assegurar o consumo da cultura pelos próprios membros das comunidades.**

A cultura é um poderoso instrumento de poder ao concorrer decisivamente para a **inclusão social do indivíduo**. Por isso é importante a promoção da **cidadania-cultural**, que é o direito de acesso aos bens e serviços culturais por todas as camadas da população, o conhecimento do processo de produção cultural, do significado e conteúdo das manifestações culturais, enfim, de um sistema organizado de educação para a cultura.

Sem dúvida, um dos aspectos mais importantes da cultura, neste século XXI, é a evidência de que as sociedades de informação, que privilegiam a indústria do lazer, do entretenimento e do mercado de bens simbólicos **movimentam uma economia da cultura**, que se constitui em amplas cadeias produtivas, de uma parte, e, de outro lado, um potencial cada vez maior de **consumidores da produção cultural que precisam ser conquistados através de sistemático processo educativo.**

[...] Atento aos desafios da cultura, o poder público estadual vem criando mecanismos de reforço direcionados ao **estímulo** e à **manutenção da dinâmica dos processos culturais baianos**. Ou seja, qualificando o recurso humano do setor cultural, utilizando meios que favoreçam processos de circulação da produção, aliando estratégias de marketing e divulgação da cultura baiana, dentro e fora do Brasil, e, mais do que isso, criando condições para que **a atividade cultural seja agente para o desenvolvimento socioeconômico do Estado**. (BAHIA, 2005b, p. 21, grifos meus)

Esse trecho demonstra como as discussões sobre cultura são semelhantes a outras discussões tão importantes na sociedade como um todo, e como leva aos mesmos questionamentos. Esses questionamentos, que normalmente partem de reflexões teóricas são muito difíceis de serem adequados às ações praticadas na realidade e essa crítica não pode ser feita apenas no que se refere às políticas públicas de cultura e turismo na Bahia. Isso demonstra que essa é uma discussão a respeito do contexto histórico atual, no qual a cultura e o turismo se inserem, mas não são elementos únicos.

Em primeiro lugar é destacado a caráter de “riqueza” da cultura, mas não associada no texto ao aspecto econômico num primeiro momento, mas sim à

cidadania, à fonte de auto-estima e ressaltando-se a importância das “tradições culturais regionais” como uma das principais origens dessa riqueza. Em segundo lugar, o texto passa a destacar a importância das parcerias dos diversos setores da sociedade para que toda a comunidade possa “consumir” a cultura que é produzida, um discurso que reflete bastante o senso comum do que vem sendo debatido em todas as políticas setoriais, não apenas nas culturais: parcerias, redes, integração para o acesso de todos sem, no entanto, discutir mais efetivamente de que forma isso pode ocorrer na realidade. O que ocorre é que na maioria das políticas com propostas semelhantes, essas parcerias entre todos os “atores” não conseguem atingir todos os setores da sociedade e essa parece ser uma utopia inalcançável que sempre permanece apenas no discurso.

A cidadania-cultural parece algo bastante distante de ser conseguida, enquanto a maior parte da população não participa do que se pode chamar de cidadania simplesmente. Ao mesmo tempo, fala-se em movimentação da economia através da cultura, onde os consumidores potenciais precisam ser conquistados através de um processo educativo. As pessoas precisam de educação para se tornarem seres humanos completos, para poderem ser iguais perante a sociedade e terem iguais oportunidades de conseguirem empregos e viver uma vida digna com acesso aos bens materiais e simbólicos.

Não se acredita ser necessário que as pessoas sejam educadas para consumir cultura (quando entendida no seu sentido amplo), pois a cultura é produzida como resultado da própria vida das pessoas. A cultura deve ser fruída, vivida, e as pessoas podem fazê-lo pagando ou não por isso. Nem tudo na cultura se resume a bens que precisam ser comprados. Alguns estudos já foram feitos de disponibilização de bens ou manifestações culturais da chamada cultura de elite a preços acessíveis às camadas de renda mais baixa da população e foi verificado que sua aceitação ou não independe de questões socioeconômicas ou de educação formal.

De acordo com a visão antropológica, mais ampla de cultura, esta não se restringe às artes, mas sim a todas as formas de ser e fazer humanas, por isso, parece uma incoerência afirmar que o consumidor de produtos culturais deve ser conquistado através de um processo educativo. Essa visão mais ampla de cultura tem sido deixada de lado em alguns momentos em todos os níveis, pois, com a busca pela sua inserção no capitalismo, a cultura passa a ser vista principalmente

pelo seu sentido restrito, como manifestação artística (manufaturada ou artesanal). Essa visão não é, em si, prejudicial para a manutenção dos processos culturais das sociedades. O problema ocorre quando somente esta visão é considerada. Então, como já foi dito, aquelas manifestações culturais não inseridas no processo econômico estarão em risco.

É importante que o Estado garanta as condições para que os produtos decorrentes das expressões culturais e artísticas possam chegar a todas as camadas sociais, como afirma o discurso, para que, assim, “a atividade cultural seja agente para o desenvolvimento socioeconômico do Estado”.

É importante ressaltar que, até o momento, o documento oficial da SCT não vincula diretamente a cultura ao turismo, mas sim, à economia como um todo, o que parece ser um discurso coerente de um órgão realmente direcionado a cuidar dos interesses culturais. Esse teor prossegue em todo o texto. Talvez porque, como dito no próprio documento, muitas das informações referentes às idéias básicas da política governamental para a cultura já haviam sido editadas em forma de resumo em 2003 e passaram por uma revisão crítica de atores ligados à cultura baiana. Conforme pode ser observado, a subordinação das políticas culturais às de turismo tem sido foco de debates por parte de acadêmicos, intelectuais e outras pessoas ligadas à cultura no Estado, refletindo discussões nacionais e mundiais, que podem ser acompanhadas em fóruns, seminários e demais tipos de eventos, assim como em publicações.

O capítulo 2, que se dedica a explicar a importância econômica das indústrias criativas, e quais as posições que o governo vem assumindo para fomentar a economia da cultura, também não traz nenhuma associação direta com o turismo. Apenas no final, destaca que os eventos são parte importante desse setor econômico. O discurso continua demonstrando uma compreensão de cultura bastante ampla, como pode ser observado nos trechos assinalados.

O resultado da criatividade baiana se faz sentir através da irradiação do produto cultural da Bahia no mercado nacional e a sua gradativa penetração no mercado externo; o florescimento de novos processos de criação; o número crescente de espaços, equipamentos e instalações que dão base e sustentação logística à atividade da cultura, além do **franco processo de crescimento do número de eventos e do surgimento de novos grupos e novas tendências.**

Em vista disso, é objetivo da política cultural do consolidar a posição da Bahia como centro de excelência e de referência em cultura, para que essa

criatividade se transforme em produção econômica. **Esse é o caminho para que o tangível e o intangível, o real e o virtual, o concreto e o simbólico coloquem-se na vanguarda do desenvolvimento econômico e social do Estado** (BAHIA, 2005b, p. 25, grifos meus).

No capítulo 3 o documento inicia com a frase “na arrancada deste século XXI, a cultura é dos mais importantes vetores de inserção social” (BAHIA, 2005b, p. 27) e finaliza afirmando que “os avanços da política governamental para a cultura são permanentes e contínuos, com um largo horizonte a percorrer na busca de novos enfoques e de processos de criação e de difusão da cultura baiana” (BAHIA, 2005b, p. 29) e que este objetivo é buscado a partir dos rumos que são traçados no documento.

O título do capítulo 4 é auto-explicativo: cultura, prioridade do governo e nas páginas que seguem estão contidas idéias que são importantes de serem destacadas, pois justificam a importância do assunto para o governo e os investimentos feitos nessa área.

A cultura é o **elemento formador da identidade de um povo, constituindo simbólica e materialmente as características que diferenciam povos e nações**. Significa, portanto, que os processos culturais refletem a realidade do seu tempo e dos contextos em que são produzidos, constituindo-se **base e reflexo do processo de desenvolvimento global**. A cultura está, portanto, intimamente **ligada ao exercício da cidadania** (BAHIA, 2005b, p. 31, grifos meus).

Aqui são retomadas as idéias já apresentadas no capítulo 1 aparentemente apenas para reforçá-las, pois são as premissas básicas que permeiam as discussões sobre cultura e que também são observadas no documento da SCT. Na própria estrutura do presente trabalho essas idéias foram norteadoras: em primeiro lugar o contexto da cultura no nível global, em segundo lugar a discussão sobre identidade que está presente em grande parte das disciplinas de ciências humanas e ciências sociais e, finalmente, a importância da cultura para o ser humano, para o exercício da cidadania, e não apenas como algo que esteja inserido na lógica de mercado, tão forte na contemporaneidade. E que, portanto, a cultura pode (e deve) ser uma ferramenta para trazer desenvolvimento, e não apenas crescimento econômico.

Mais uma vez, o texto destaca o papel do governo neste processo, a importância da cultura para a Bahia, e destaca a importância do planejamento e das

políticas, fazendo uma espécie de resumo de suas idéias principais, conforme se observa a seguir.

Por ser a cultura a mais coletiva propriedade de um povo, cabe ao Estado o papel de facilitador e de indutor dos processos culturais, que influem e se refletem no processo global de desenvolvimento da sociedade. Por isso, a cultura é considerada prioridade do Governo da Bahia.

Expressando características próprias, fruto da permeação das matizes étnicas indígena, ibérica, africana e de outros substratos que a esse legado se juntam continuamente, **a Bahia configura-se como um dos Estados que mais contribuíram e continuam a contribuir para a formação da história e do desenvolvimento do país, formando uma identidade cultural caracterizada pela diversidade**

[...] Isso significa ampliar condições para que os produtores, criadores e artistas passem a viver dos ganhos da atividade cultural, deixando de ser ganhos extras de tarefas ocasionais. Essa concepção visa a impulsionar o setor e dar novo sentido e força aos processos culturais baianos, a partir de novos mecanismos estratégicos e logísticos de indução e fomento. Significa, ainda, criar condições infra-estruturais que estimulem a produção e o mercado, além de proteger os valores mais representativos do processo como um todo.

Implica, finalmente, a adoção de estratégias e ações que contribuam para ampliar o lastro de possibilidades e de oportunidades de criação, produção e difusão cultural, assegurando acesso e participação de amplas camadas da população nos processos de ativação da cultura, da preservação e da conservação do acervo patrimonial, histórico e cultural tangível e intangível.

Existe também a convicção na área governamental quanto à necessidade de mecanismos de estímulo de forma a desenvolver o conhecimento sobre as diversas linguagens e manifestações culturais, com vistas a garantir a formação consciente de consumidores para quem se destina o produto cultural (BAHIA, 2005b, p. 32-33, grifos meus).

Aqui, além de temas já comentados anteriormente, o texto sinaliza para um fato importante que não havia aparecido até então no discurso da SCT, a compreensão da identidade cultural como algo que traz em si a diversidade cultural local, algo que normalmente não aparece nos discursos do senso comum, que tendem a ver a identidade como representação de “uma” cultura local e não culturas locais diferentes que convivem no mesmo espaço ou espaços interligados.

No entanto, continua sendo utilizada aquela linguagem muito comum quando alguém se refere à sua própria cultura ou a uma cultura que se deseja valorizar sobre as demais: um tom ufanista, de supervalorização cultural, como se aquela cultura fosse mais rica, mais importante, mais original ou mais interessante que todas as demais e por isso deve ser conhecida por todas, ou seja, um discurso que é muito comum para a promoção de destinos turísticos. Apesar de, em geral,

esse não ser o tom do documento, ele deixa transparecer essa valorização do “diferencial” local que pode ser explorado comercialmente. Assim, pode ser percebido neste trecho, a valorização da cultura enquanto mercadoria em vez da noção de cultura em sua acepção antropológica.

Esse discurso, apesar de não ser prejudicial, em si, ao tratar de políticas culturais, também não parece ser necessário. As ações e programas devem ser voltados para a comunidade produtora de cultura, a cultura deve ser vista como um fim em si mesma que, por si só, deve ser valorizada, e não em comparação com as demais, pois todas as culturas independente de seu local de origem possuem igual importância, riqueza, autenticidade, originalidade, pois são todas resultados de processos e situações específicas que as geraram e não cabem nesse momento juízo de valor. O conceito antropológico de cultura permite eliminar esse conceito mais estrito de cultura, onde esta era associada apenas a manifestações artísticas e, portanto, estava sujeita a normas de valoração por ser de boa ou má qualidade, de bom ou mau gosto, de elite ou popular, moderna ou tradicional, autêntica, folclórica, etc. Conforme foi visto, existe espaço para todas as formas de cultura e se elas surgem é porque estão consoantes com o momento pelo qual as sociedades humanas estão passando e refletem esses tempos e espaços específicos.

Em alguns momentos, o documento sinaliza também nesta direção, mas em outros o deixa de lado, principalmente quando sai do discurso para apresentar propostas concretas. Isso deixa transparecer que há uma tentativa de aliar as idéias teóricas, bem apresentadas na maioria das vezes no discurso do documento, à realidade, mas essa tarefa parece se tornar algo complicado de ser posto em prática e realmente, não é observada na realidade ao serem analisadas as prioridades das ações que são tomadas pelo governo. Ou seja, analisando os investimentos que são feitos e em que áreas, obras, localidades, percebe-se que há uma concentração para aquilo que dá maior visibilidade e que, na maioria das vezes, menos precisa de apoio ou valorização, pois já possui mecanismos de auto-sustentação.

4.4. O DOCUMENTO DO TURISMO

O documento *Século XXI – Consolidação do turismo: estratégia turística da Bahia 2003-2020* (BAHIA, 2005a) está estruturado da seguinte forma: Mensagem do Governador; Apresentação; Capítulo 1 – Panorama do turismo no mundo;

Capítulo 2 – O turismo no Brasil; Capítulo 3 – Importância do turismo para a Bahia; Capítulo 4 – Evolução das políticas públicas de turismo na Bahia; Capítulo 5 – Século XXI: consolidação do Turismo. Estratégia turística da Bahia 2003-2020; Capítulo 6 – Estrutura de gestão e suporte do turismo na Bahia; Capítulo 7 – Resultados e metas; Apêndices.

Assim como foi feito na seção anterior, ao analisar o documento da cultura, nesta seção também serão destacados os pontos que aproximam o discurso oficial do tema desta dissertação, buscando sua estruturação ideológica, ou seja, nas estratégias de turismo serão buscados os pontos que enfatizam a questão cultural, posicionando-os dentro da estrutura geral do documento para evitar sua descontextualização. A intenção não é analisar todos os aspectos do documento nem da política turística do Estado (pois a complexidade da mesma está além da intenção desta pesquisa). O que se busca é apenas mostrar em que pontos e de que forma a cultura aparece posicionada no documento para tentar ressaltar o papel que lhe é concedido dentro do discurso oficial do turismo refletido neste documento específico e a partir das considerações teóricas apresentadas nesta dissertação.

Na mensagem do governador Paulo Ganem Souto (2002-2006) percebe-se a importância que é dada ao turismo e a forma como o poder público está orgulhoso do papel que vem desempenhando neste setor e busca valorizá-lo a partir da análise dos seguintes trechos:

O vigoroso programa de desenvolvimento turístico da Bahia, uma das mais bem sucedidas iniciativas setoriais no país, tem sido reconhecido como referência nacional. Ao longo dos anos, uma **coerente e continuada política de investimentos em infra-estrutura de suporte às atividades do turismo e de promoção do destino Bahia** no Brasil e no exterior possibilitou ao Estado alcançar a **segunda posição do turismo de lazer** no país, e a **terceira quando considerado o resultado global** da atividade.

Consciente da responsabilidade social do turismo, **o governo estadual tem direcionado esforços para a valorização desse setor que vem dando forte impulso à expansão da economia baiana** e tem grande significação para a melhoria da qualidade de vida da população, **promovendo a inclusão social.**

Em que pese a **vocação natural da Bahia para o turismo**, comprovada por sua oferta rica e diversificada em que se destacam **densidade histórica e expressiva singularidade cultural**, é importante assinalar que **o poder público vem oferecendo as condições básicas capazes de potencializar o desempenho da atividade no Estado**, criando um ambiente propício para acolher investimentos privados nacionais e internacionais. Tais condições evidenciam-se não apenas nas políticas públicas direcionadas para as áreas social e de infra-estrutura. As

intervenções do governo no meio ambiente, incluindo a instituição de mecanismos de proteção e preservação dos recursos naturais e a educação ambiental, atestam sua preocupação em promover e garantir a melhoria da qualidade de vida da população no presente e no futuro, o que tem favorecido o processo de desenvolvimento turístico da Bahia em bases sustentáveis. E o mais importante é que não apenas o governo tem essa percepção. A necessidade de estabelecimento de padrões sustentáveis de desenvolvimento tem merecido a atenção do *trade* turístico e de diversos segmentos da sociedade.

O **acerto dessa estratégia** está refletido nos resultados da atividade entre os anos de 1991 e 2004, com o número de turistas no Estado alcançando 4,9 milhões em 2004, sendo 664 mil visitantes internacionais, o que representa mais do dobro do fluxo de 1991.

[...] os benefícios econômicos proporcionados pelo turismo na Bahia devem ser necessariamente compartilhados pelos diversos segmentos sociais. [...] (BAHIA, 2005a, p. 5-6, grifos meus).

Nesse trecho o discurso do governador ressalta que as políticas públicas estaduais, apesar de buscarem o destaque econômico da atividade turística na Bahia, se preocupam com a sustentabilidade, ou seja, além dos benefícios econômicos esta deve trazer também melhorias sociais e equilíbrio ambiental. Nesse processo, os aspectos culturais e históricos são destacados como fundamentais, mas tratados como elementos da oferta turística.

O importante esforço que vem sido feito ao longo das últimas décadas, sobretudo a partir dos anos 1970, para profissionalizar a atividade turística no Estado, dotando-a de infra-estrutura adequada, capacitação da mão-de-obra, investindo na melhoria de serviços, entre outras ações é bastante notável e está refletido efetivamente nos indicadores de desempenho disponíveis, que indicam o crescimento da atividade turística. No entanto, ao priorizar determinadas regiões mais visíveis e destinos consolidados em detrimento de outras, menores, e que também possuem potencial; e ao estimular a instalação de grandes empreendimentos ao invés da sustentabilidade dos pequenos negócios locais, os ganhos econômicos e sociais acabam por não beneficiar de forma igualitária os diversos segmentos sociais.

Na apresentação deste documento, também escrita pelo Secretário da Cultura e Turismo Paulo Gaudenzi (1995-2006), há um destaque para o papel da cultura para superar as dificuldades de um maior crescimento e atração de uma demanda com maior poder aquisitivo que parece ser o grande desafio para o turismo do Estado no momento, uma vez que já está posicionado entre os maiores destinos do país.

Se a receita turística cresceu, mas não em ritmo bem mais acelerado que o do fluxo, é necessário que o *trade* turístico discuta e promova a melhoria da qualidade da oferta turística, estimulando investimentos privados na **diversificação dos atrativos e na ambientação cultural**, fato que contribuirá para a atração de segmentos de maior nível de renda. [...] De acordo com a realidade atual, em que o turismo baiano se configura como um sólido vetor de crescimento econômico do Estado, é imprescindível que **a reflexão sobre a atividade turística envolva toda a sociedade** (BAHIA, 2005a, p. 10).

Para finalizar, o Secretário propõe algumas reflexões que contribuem para o debate sobre as novas tendências do turismo na Bahia.

1. A atividade turística se processa em localidades pré-existentes ao surgimento do próprio turismo;
2. Os habitantes das localidades **turísticas têm direito a uma crescente melhoria da qualidade de vida**;
3. A ação governamental deve ser contínua na busca da **melhoria dos serviços públicos** prestados nessas localidades;
4. É indispensável o estímulo do governo ao **desenvolvimento dos serviços privados**, com vistas **ao aumento da renda, do emprego e da qualidade de vida dos residentes locais**;
5. É fundamental o incentivo a ações que visem a **aumentar a produção cultural, elevar a auto-estima do habitante e transformar a localidade em um produto turístico diferenciado**;
6. Todo visitante é um **habitante temporário** de uma determinada localidade turística;
7. Mais do que visitar uma localidade, **o turista deve sentir e “viver a Bahia”**;
8. O turista deverá voltar ao local visitado **sentimentalmente**, como **um dos seus habitantes**;
9. Os residentes locais devem tratar o turista como um **novo baiano**;
10. O turista deverá ser e, no caso da Bahia certamente será, a mais **eficiente e eficaz peça promocional da Terra da Felicidade** (BAHIA, 2005a, p. 11, grifos meus).

Inicialmente, é destacado que as localidades turísticas devem contar com serviços públicos e privados de qualidade para benefício das próprias comunidades locais em primeiro lugar e, como consequência disso, também atender bem o turista – itens 1, 2, 3 e 4.

Neste documento, conforme reflete o trecho citado, pode ser percebida a vinculação entre cultura e turismo de forma mais direta do que no documento da cultura. A partir do ponto de vista do turismo na SCT, as ações para aumentar a produção cultural – além de elevar a auto-estima dos habitantes, um caráter mais social – deve servir para criar novos produtos a serem agregados na oferta turística (item 5). Os outros itens (6, 7, 8, 9 e 10) são associados ao caráter de receptividade,

cordialidade que são associados pelo senso comum ao caráter do baiano (e à baianidade, por extensão), ou seja, o baiano deve fazer com que o turista sintase em casa, viva intensamente a Bahia (sua cultura), passe a sentir como se fosse sua cidade, e deve se “tornar” um novo baiano, para dessa forma, passar a ser um instrumento de divulgação das vantagens em visitar a “Terra da Felicidade” para seus conhecidos.

No capítulo 1 é traçado um breve panorama do desenvolvimento e importância da atividade turística no mundo exclusivamente do ponto de vista de sua importância econômica, apresentando dados atuais divulgados pela OMT em 2004.

No capítulo 2 segue-se a mesma estrutura apresentando o cenário nacional. Os dados também são oficiais e divulgados pelo Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR em 2004. Da mesma forma que no capítulo anterior, são valorizados indicadores, diagnósticos e projeções apenas de caráter econômico.

O capítulo 3 foca na importância do turismo para a Bahia e traz dados oficiais de 1991 a 2004. O capítulo é iniciado com a seguinte afirmação que destaca o papel do governo no setor turístico e justifica a escolha pelo período em questão.

Os anos 1990 ficarão registrados na história econômica mais recente da Bahia como a década do turismo, quando foram plantados e colhidos os frutos de uma política setorial bem sucedida, possibilitando o crescimento da atividade a taxas superiores à média da economia baiana. Como consequência, a participação da renda gerada pelo turismo no Produto Interno Bruto (PIB) do Estado evoluiu de 4,0% em 1991 para 7,9% em 2004, segundo estimativas elaboradas pela Secretaria da Cultura e Turismo (SCT). Esses bons resultados permitiram ao Estado manter-se na 2ª posição no ranking do turismo de lazer no país e na terceira quando considerado o resultado global da atividade (BAHIA, 2005a, p. 23).

É importante destacar que as ações da política de turismo foram bastante eficientes em contribuir para o aumento dos indicadores de crescimento no Estado, assim como atrair novos investimentos e colocar a Bahia em lugar de destaque no cenário nacional. No entanto, ainda falta muito para que o papel do turismo como auxiliar no processo de desenvolvimento socioeconômico e cultural e que traga benefícios para a população seja alcançado.

Assim como ocorre em diversas localidades turísticas, também na Bahia, a maior parte dos ganhos econômicos decorrentes das atividades do setor turístico está na mão dos grandes empresários e as comunidades poucas vezes participam dos processos de tomada de decisão de maneira ativa. Na maioria das vezes o que

ocorre são medidas paliativas, já tomadas ao final do processo de tomada de decisão, apenas com caráter compensatório, ou para legitimação das ações que estão em andamento. No entanto, apesar de destacar que as áreas prioritárias para a intervenção do Estado são “infra-estrutura, recursos humanos e marketing” (BAHIA, 2005a, p. 24), a SCT aponta para questões sociais que não ficam claras no documento, que se referem à importância do turismo para a Bahia, a não ser muito brevemente, conforme é visto apenas no trecho a seguir:

Por sua capacidade de gerar divisa, emprego e renda – diminuindo as **desigualdades socioeconômicas** entre as regiões – e também por impulsionar diferentes segmentos da estrutura produtiva do Estado, o turismo vem se revelando uma atividade estratégica para a expansão da economia baiana (BAHIA, 2005a, p. 24).

Esse posicionamento em valorizar o aspecto econômico do turismo em detrimento do seu caráter de fenômeno sociocultural parece ser comum nas esferas governamentais de uma forma geral, pelo que pode ser observado dos dados que normalmente são apresentados para justificar investimentos na área de turismo. No entanto, ao contrário do que é feito no documento sobre cultura, isso é feito de uma forma mais direcionada no caso do documento do turismo.

Mas isso é um reflexo do que ocorre nas esferas internacionais. O posicionamento da UNESCO reflete o caráter de fenômeno sociocultural e de sua importância para o entendimento e a paz mundial quando trata do turismo cultural, enquanto a OMT está muito mais voltada a demonstrar os benefícios do turismo enquanto uma atividade econômica que causa menos impactos se comparada com outras, pelo que pode ser observado nos *websites* das mesmas.

No plano nacional também, o “setor” do turismo no nível oficial (representado pelo Ministério do Turismo – MinTur) parece muito mais preocupado em questões como marketing e demonstração de indicadores econômicos positivos do que os setores oficiais do governo ligados à cultura (Ministério da Cultura – MinC) que muitas vezes discutem mais questões sociais do que econômicas, apesar de que é óbvio que ambos se preocupam com o potencial e desempenho econômico.

O que diferencia parece ser realmente o discurso, onde um setor tem demonstrado mais abertamente sua vocação econômica do que o outro. Por isso, às vezes, apesar da incontestável ligação entre turismo e cultura, soa estranha a união sob uma mesma secretaria estadual de fenômenos/atividades que no plano

nacional, internacional e mesmo intelectual têm seguido por caminhos tão diferentes. Seria quase como unir sob a mesma pasta a secretaria de turismo e de meio ambiente. Claro que há uma ligação entre ambos, assim como há uma união entre turismo e comércio, turismo e transportes, até turismo e saúde. Afinal, como processo sociocultural o turismo pode se relacionar com qualquer dimensão humana. No entanto, pela vocação abertamente econômica do turismo, ao ter subordinado a si a cultura, no que se refere às políticas públicas, ocorre uma canalização das ações da área cultural para a lógica turística apenas, o que é um fator limitante.

Para finalizar o capítulo, o documento apresenta os resultados do turismo na Bahia entre 1991 e 2004 a partir dos dados de fluxo turístico, receita turística e indicadores econômicos de desempenho do setor hoteleiro.

O capítulo 4 traz um histórico da evolução das políticas públicas de turismo na Bahia a partir do ano de 1953 que se revela interessante para ser correlacionadas aos dados já apresentados anteriormente neste trabalho. De acordo com o documento, entre os anos de 1953 e 1964 só foram tomadas iniciativas embrionárias. Ele destaca a criação, em 1966, da secretaria de Assuntos Municipais à qual se vinculava o Departamento de Turismo. E também a criação da BAHIATURSA em 1968. No entanto, o início do planejamento turístico só se dá a partir de 1971, de acordo com a visão oficial, a partir do momento em que este órgão passa a ser vinculado à Secretaria da Indústria e Comércio, como já foi visto no governo de Antônio Carlos Magalhães. A partir daí, uma série de programas, planos e políticas diretamente visando estimular a atividade no Estado são colocados em marcha. O documento destaca: Plano de Turismo do Recôncavo (iniciado em 1971); Caminhos da Bahia (iniciado em 1979) e Programa de Desenvolvimento Turístico da Bahia – PRODETUR-BA (iniciado em 1991); Clusters e outros modelos de integração regional (iniciado em 2001) e o Fórum Estadual de Turismo da Bahia (iniciado em 2002 em consonância com o MinTur).

O aspecto fundamental da cultura para o turismo só é destacado pelo documento a partir do PRODETUR-BA, que lista entre suas linhas de ação principais a infra-estrutura turística, a proteção ambiental, o marketing turístico, a delimitação

do produto⁵⁵, a promoção, a captação de investimentos privados, a educação para o turismo e a relação entre turismo e cultura.

Na linha específica que se refere à relação turismo e cultura, alguns trechos merecem ser destacados, pois todas as Zonas Turísticas – ZT do Estado, independente do tipo de turismo que gera a principal motivação para serem visitadas, possuem algum apelo cultural (em maior ou menor intensidade) de acordo com o documento da SCT, a saber:

- Baía de Todos os Santos – “diversidade de cenários e rico patrimônio histórico-cultural. Tradições populares antigas [...] vibrante cultura afro-brasileira” (BAHIA, 2005a, p. 70);
- Costa dos Coqueiros – “os vilarejos” (BAHIA, 2005a, p. 71);
- Costa do Dendê – “reliquias do patrimônio histórico, povoados que cultivam hábitos e tradições antigas e uma cultura influenciada pela vida rural [...] manifestações folclóricas e produção artesanal” (BAHIA, 2005a, p. 72);
- Costa do Cacau – “[...] romanceados por Jorge Amado, possui ainda hoje um considerável patrimônio arquitetônico, além de tradições populares diferenciadas” (BAHIA, 2005a, p. 73);
- Costa do Descobrimento – “conjunto inigualável de atrativos históricos e naturais sendo considerada o berço da história e da civilização brasileira” (BAHIA, 2005a, p. 74);
- Costa das Baleias – “tradições folclóricas de influência portuguesa” (p. 75);
Chapada Diamantina – “atrativos naturais, ecológicos, paisagísticos, históricos, pré-históricos e étnicos” (BAHIA, 2005a, p. 76);
- Lagos do São Francisco – “cultura sertaneja” (BAHIA, 2005a, p. 78);

⁵⁵ Os 23 produtos/destinos principais determinados pelo PRODETUR-BA pertencentes às suas respectivas Zonas Turísticas (no total são 9 ZTs) são: Paulo Afonso (ZT Lagos do São Francisco); Lençóis e Mucugê (ZT Chapada Diamantina); Mangue Seco, Imbassaí, Costa do Sauípe e Praia do Forte (ZT Costa dos Coqueiros); Salvador, Cachoeira e Itaparica (ZT Baía de Todos os Santos); Valença, Morro de São Paulo e Barra Grande (ZT Costa do Dendê); Itacaré, Ilhéus, Comandatuba e Canavieiras (ZT Costa do Cacau); Santa Cruz Cabralia, Porto Seguro, Arraial D’Ajuda e Trancoso (ZT Costa do Descobrimento); Prado e Abrolhos (ZT Costa das Baleias) e ZT Caminhos do Oeste que não tem nenhum destino/produto principal associado no documento. Além desses produtos/destinos principais denominados municípios âncoras que são estes que atraem maior fluxo turístico, em cada ZT existem ainda os mini-âncoras que são municípios menores próximos e associados aos principais mas que são capazes de atrair um certo fluxo turístico.

Além disso, as novas ZT que estavam em fase de estudos durante a elaboração do documento, Vale do Jiquiriçá – “patrimônio histórico/cultural da região, também é rico e diverso e o seu artesanato feito com esmero” (BAHIA, 2005a, p. 80) e Caminhos do Sertão – “motivações de turismo religioso e histórico-cultural, sobretudo nos municípios de Monte Santo e Canudos” (BAHIA, 2005a, p. 81). A única região turística do Estado que é citada no documento especificamente por suas festas regionais tradicionais é o Circuito da Chapada Velha na ZT Chapada Diamantina⁵⁶.

Essa divisão das ZT demonstra uma tentativa de minimizar a polarização dos investimentos no turismo em apenas algumas regiões, tentando dar visibilidade a todas as regiões do Estado que possuem suas próprias particularidades naturais e culturais e que podem desenvolver diversas modalidades de turismo. No entanto, essa tentativa encontra-se apenas em uma fase inicial, pois o que pôde ser percebido é que, nos últimos anos, houve uma prioridade de investimentos na região próxima de Salvador (principalmente em direção ao Litoral Norte do Estado) e em Porto Seguro e seu entorno.

No documento há uma parte que trata especificamente a relação entre cultura e turismo e da qual vale a pena destacar o seguinte trecho:

É a diversidade desse patrimônio que dá sustentação ao binômio turismo/cultura, dado que a cultura fornece conteúdo à atividade turística, esta podendo utilizar a singularidade e riqueza cultural baiana como importante diferencial para o seu marketing, levando em conta que o turista é um consumidor adicional da produção cultural.

Ciente dessa inter-relação, desde o início da década passada o governo da Bahia vem **destinando recursos expressivos para a recuperação e preservação do patrimônio histórico/cultural do Estado, em especial o Centro Histórico de Salvador (Pelourinho) e outros sítios históricos localizados nos municípios turísticos de Lençóis, Porto Seguro e Cachoeira.**

E para **solidificar o vínculo que une as áreas de turismo e cultura,** arregimentou vários parceiros, como universidades, a sociedade civil organizada, empresas, produtores culturais e entidades do terceiro setor, culminando sua intervenção na área com a criação da Secretaria da Cultura e Turismo, em 1995, considerada o marco dessa integração por **aglutinar em uma mesma pasta dois vetores estratégicos do desenvolvimento socioeconômico do Estado, facilitando o processo de gestão e otimizando resultados** (BAHIA, 2005a, p. 58, grifos meus).

⁵⁶ A ZT Chapada Diamantina é a única que possui subdivisões: Circuito do Diamante, Circuito do Ouro, Circuito da Chapada Norte e Circuito da Chapada Velha.

No primeiro parágrafo percebe-se que a cultura é vista como um conteúdo do turismo, um diferencial. No segundo parágrafo, ressalta-se que o governo se preocupa com o patrimônio histórico-cultural (neste caso entendido como patrimônio material, arquitetônico principalmente) dos municípios de potencial turístico. É dado bastante valor para as ações que podem ser confundidas com a criação (ou restauração, revitalização) cenográfica para fruição do visitante, pois esses são os elementos culturais mais visíveis e de fácil percepção ao turista, numa crítica da qual podemos tomar como exemplo o caso do Pelourinho, mas que se repete em Lençóis, Porto Seguro e Cachoeira. No terceiro parágrafo, o que o governo vê como uma união bem sucedida, que facilita processos de gestão e otimiza resultados, como já foi dito, parece a tentativa de compatibilização entre dois temas de caráter bastante complexo e que partem de premissas e processos de construção e elaboração muito diferentes, resultando, como conseqüência, na impossibilidade que ambos sejam compreendidos, discutidos e desenvolvidos de forma plena e coerente sem que um seja, necessariamente subordinado aos interesses do outro. Pelo que tem sido escrito, e o que foi possível observar, neste caso, a subordinação da cultura aos interesses do turismo. E isso pode ser observado nos discursos oficiais de diversos locais, assim como na Bahia: enquanto a cultura é vista fundamentalmente por seu caráter social, mas também tendo um importante potencial econômico; o turismo é visto principalmente como atividade econômica que tem como “bônus” uma preocupação sociocultural.

Ao implementar **políticas públicas de fortalecimento socioeconômico por intermédio da promoção de atividades que dão suporte ao turismo e à cultura**, o governo tem alcançado distintas esferas da sociedade baiana, beneficiando, como conseqüência, a população como um todo.

É importante assinalar que **as atividades culturais, assim como aquelas que se vinculam à cadeia de valor do turismo e entretenimento** – que já exibem trajetória de reconhecido sucesso – **constituem vocação natural de grande parte dos municípios baianos**, representando, ao lado disso, importante fonte de geração de emprego e renda. É o que se pode deduzir da participação da atividade cultural no PIB baiano, estimada em 5,0% pela Secretaria da Cultura e Turismo (BAHIA, 2005a, p. 59, grifos meus).

Aqui há mais uma vez a vinculação da cultura ao turismo e ao entretenimento e o destaque para a vocação cultural baiana. A união entre turismo, cultura e entretenimento também é a premissa do Cluster do Entretenimento, Cultura e Turismo da Bahia, uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público –

OSCIP que, na verdade, pouco traz em sua proposta de fazer pela cultura, mas tem como objetivo principal colaborar para a “promoção institucional e a melhoria da qualidade da experiência turística dos visitantes” (BAHIA, 2005a, p. 61). Entre os cinco desafios citados, o único que menciona a cultura diz: “Incentivar uma maior integração entre turismo, cultura e entretenimento, na perspectiva do crescimento sustentável, objetivando diferenciar, cada vez mais, a oferta turística do Estado” (BAHIA, 2005a, p. 60). Isto é, vincula a cultura à atividade turística, enquanto produto diferencial.

O capítulo 5 é o mais importante para a presente análise, pois une o posicionamento ideológico do Governo da Bahia em relação à cultura e turismo, representado pela SCT, às suas estratégias de planejamento da atividade turística. O destaque principal é dado ao PRODETUR-BA, pois, após serem analisados seus resultados no período de 1991 a 2002, devido aos seus impactos positivos, esse parece ser o modelo ideal e que deveria ter continuidade na visão da SCT.

Tal avaliação estimulou os gestores do turismo a dar prosseguimento a esse Programa, cujo objetivo central é **melhorar as condições de vida das populações residentes nos núcleos receptores, contribuindo para elevar a qualidade da experiência do visitante**. O novo modelo proposto está ancorado em princípios que levam em consideração a **eficiência econômica, a equidade social e o respeito ao meio ambiente e aos bens culturais – materiais e imateriais**.

Entende o governo que consolidar o turismo como atividade estratégica é de vital importância para a viabilização do projeto de desenvolvimento socioeconômico traçado para a Bahia nos próximos anos, levando em conta a **forte vocação do Estado para o turismo** e os efeitos multiplicadores que este vem desencadeando sobre a economia baiana. É por esse motivo que tem canalizado recursos vultuosos para a construção de uma sólida infraestrutura de suporte ao desenvolvimento da atividade, investindo recursos não menos expressivos na **preservação do ambiente natural e do patrimônio cultural da Bahia, considerados os insumos básicos do turismo** (BAHIA, 2005a, p. 65, grifos meus).

Mais uma vez é visto neste discurso o turismo, enquanto atividade econômica prevalecer sobre a questão sociocultural. A melhoria da qualidade de vida da população é vista como uma “contribuição” para elevar a qualidade da experiência para o visitante, apesar da menção feita ao final do parágrafo de que o que se visa é atender aos princípios de sustentabilidade. Essas contradições que são observadas algumas vezes nos documentos analisados confundem a interpretação, pois lembram os discursos de algumas empresas que dizem contribuir para o meio ambiente, mas só o fazem como estratégia de marketing. Mais uma vez

é ressaltada a “vocalização turística” do Estado, talvez representando o maior clichê utilizado pela SCT, pois está sempre sendo repetido ou deixado subentendido. E, no final, o ambiente natural e o patrimônio cultural são explicitamente chamados de “insumos básicos do turismo”, numa visão totalmente econômica.

O que não fica claro é como no discurso do documento da cultura quase nada é mencionado em relação ao turismo, enquanto no documento do turismo a cultura é repetidamente (de forma explícita ou não) considerada um produto, um insumo ou uma matéria-prima para o turismo, se ambos os documentos foram elaborados pela mesma SCT, e acabam por refletirem pensamentos tão diferentes de suas instituições voltadas a uma e outra área (SUDECULT, SUDETUR e SUINVEST). De que forma, então, as políticas podem estar alinhadas e coerentes dentro de uma única secretaria?

Em relação à missão da Estratégia Turística da Bahia, o documento tenta explicar através do discurso o que parece bastante difícil de ocorrer na prática: “O turismo é um agente de integração entre as esferas econômica, sociocultural e ambiental, fortalecendo **a identidade Bahia** por estar fundamentado nos valores e diferenciais do seu povo e do seu território” (BAHIA, 2005a, p. 66, grifos meus). Principalmente quando trata de “identidade Bahia” de forma similar a “marca Bahia” em linguagem mercadológica.

Dos quatro princípios apresentados: sustentabilidade, colaboração, qualidade Bahia e socialização da informação, dois se referem diretamente a questões culturais: Sustentabilidade – “respeitando-se os seus costumes, manifestações, artesanato, folclore e gastronomia” e Qualidade Bahia – “garantindo-se o respeito às características singulares da cultura baiana” (BAHIA, 2005a, p. 66).

Entre os quatro valores apresentados no documento: responsabilidade, harmonia, hospitalidade e baianidade, três se relacionam à cultura: Responsabilidade – “os agentes da cadeia de valor do turismo serão responsáveis pela preservação do patrimônio histórico, social, cultural e natural”; Hospitalidade – “preservando a imagem dos baianos como povo hospitaleiro e a da Bahia como um bom lugar para viver e visitar” e Baianidade – o valor mais importante para a análise em questão e que, até agora, não havia sido mencionado de forma direta:

Baianidade: a expressão Axé não será utilizada na Bahia **apenas como uma rotulação mercadológica**, eternizando-se o seu significado (energia positiva) no **jeito de ser do baiano, no seu estado permanente de festa,**

musicalidade, felicidade, alegria, enfim, na sua filosofia de vida, marca distintiva da Bahia no país e em outras partes do mundo (BAHIA, 2005a, p. 67, grifos meus)

Essa idéia posicionada como um dos valores principais da estratégia turística baiana já representa sua importância fundamental no que permeia todo o resto do discurso, mesmo se se considera que questões como sustentabilidade e hospitalidade aparecem mais frequentemente no mesmo. No entanto, acredita-se que a pouca aparição dos elementos que a representam no decorrer do texto deve-se provavelmente ao seu caráter polêmico, mas essas construções de baianidade dificilmente podem ser negadas quando se fala em turismo e cultura, e principalmente políticas públicas para estas atividades, depois de ser analisado seu histórico.

O objetivo geral presente no documento é o de promover o desenvolvimento sustentável da atividade turística no Estado da Bahia. E entre os cinco objetivos específicos, dois tem caráter econômico, um é político e dois sociais, sendo que apenas um destes menciona o “respeito à produção cultural” (BAHIA, 2005a, p. 67).

Agora parte-se para a análise das estratégias de turismo propriamente ditas. Serão destacadas dentro de cada uma apenas as menções que são feitas à cultura para se verificar de que forma a cultura aparece entre as preocupações estratégicas do turismo na Bahia. As cinco macro-estratégias traçadas para o Estado são: Estrutura Pública; Gestão Municipal; Educação para o Turismo; Integração; Marketing.

A macro-estratégia Estrutura Pública diz respeito às “atribuições e responsabilidades do Estado no planejamento e coordenação da atividade turística e na implementação da infra-estrutura de apoio nas diferentes ZTs” (BAHIA, 2005a, p. 83). Entre suas 11 estratégias destacam-se, em relação à cultura, duas:

[...]

3. Proteger e preservar o patrimônio histórico-cultural, seja restaurando os sítios e monumentos históricos, seja estimulando o desenvolvimento de sistemas de proteção dos bens imateriais – os “saberes e fazeres” do povo;
4. Remanejar a função “apoio ao artesanato” para o âmbito da Secretaria da Cultura e Turismo, transformando o Instituto Mauá em Centro de Cultura Popular;

[...] (BAHIA, 2005a, p. 83-84).

A macro-estratégia Gestão Municipal visa “aprimorar as capacidades municipais para o gerenciamento do turismo” (BAHIA, 2005a, p. 85). Dentre suas oito estratégias, três contemplam questões culturais:

1. Apoiar, de maneira pró-ativa, os Conselhos Municipais de Turismo, de Cultura e do Meio Ambiente;
[...]
5. Apoiar mecanismos que contribuam para o fortalecimento da identidade municipal;
6. Envolver os gestores e a comunidade dos municípios no processo de gestão do patrimônio histórico-cultural e ambiental;
[...] (BAHIA, 2005a, p. 85).

O que a macro-estratégia Educação para o Turismo busca atingir é uma “maior percepção do morador local sobre a importância do turismo para a comunidade, assim como o respeito e a valorização do patrimônio histórico, cultural e ambiental” (BAHIA, 2005a, p. 86). Das sete estratégias, uma trata especificamente da cultura:

- [...]
2. Conscientizar a comunidade da importância do turismo como atividade geradora de benefícios socioeconômicos – a exemplo de trabalho e renda – e da necessidade de conservar e preservar o patrimônio histórico-cultural e ambiental;
[...] (BAHIA, 2005a, p. 86).

A macro-estratégia Integração pretende a criação de mecanismos que “facilitem a inserção plena de todos os agentes no processo de desenvolvimento turístico, sem o que não haverá equilíbrio e distribuição justa dos benefícios proporcionados pela atividade, nem maior competitividade do destino Bahia” (BAHIA, 2005a, p. 87). Entre as suas cinco estratégias, destaca-se para o campo da cultura:

- [...]
2. Buscar a inserção da comunidade local no processo de desenvolvimento turístico, mediante a valorização e o respeito à sua cultura, seu espaço e suas decisões, estimulando-a a dar prioridade a investimentos em receptivo turístico;
[...] (BAHIA, 2005a, p. 87)

A macro-estratégia Marketing é a mais extensa e detalhada no documento e está subdividida em Posicionamento e Gestão da Marca; Desenvolvimento do Produto; e Distribuição. Desenvolvimento do produto, por sua vez, contempla três

categorias: Produtos de Imagem e Apelo; Produtos de Segmentos Prioritários e Produtos de Segmentos Específicos.

Em primeiro lugar, a macro-estratégia destaca que existem dois caminhos para se atingir os consumidores: diretamente, mediante propaganda, publicidade e comunicação que são voltadas para eles, e indiretamente, através da distribuição do produto pelo *trade* turístico. Por isso, é ressaltada a importância das pesquisas de mercado para a formulação e desenvolvimento das estratégias de marketing, mantendo-as atualizadas e de acordo com as tendências. Entre suas três estratégias gerais, uma relaciona-se de forma direta com a cultura:

[...]

2. Fomentar programas de marketing que promovam os grandes destinos diferenciados da Bahia, exaltando sua autenticidade, diversidade e a qualidade de suas atrações turísticas – paisagens únicas, patrimônio histórico-cultural, artesanato rico e diversificado, etc. – e dos serviços ofertados – hotéis e pousadas de charme com infra-estrutura de *spas*, restaurantes de padrão internacional, entre outros;

[...] (BAHIA, 2005a, p. 88).

No que se refere ao Posicionamento e Gestão da Marca, é apresentado um assunto que já foi amplamente discutido – a utilização do estereótipo do jeito baiano de ser e da Bahia como terra da felicidade para a criação de uma marca única, associada a esses aspectos de caráter cultural – mas que vale a pena destacar, pois desta vez o discurso parte de um documento oficial. Além das premissas que são destacadas abaixo, vale ressaltar que todas as sete estratégias estão associadas à divulgação e fortalecimento da “marca Bahia” no Brasil e no exterior e à sua colocação em todos os destinos do Estado.

A marca “Bahia – Terra da Felicidade” deve retratar a autenticidade e a riqueza da cultura baiana, com suas indústrias criativas; representar o jeito baiano de ser, de viver e sua filosofia de vida; mostrar a exuberância e a diversidade natural da Bahia em suas diversas ZTs; ser a única identificadora do destino, podendo ser adaptada a segmentos de mercado distintos.

O *Viver Bahia*⁵⁷ deve ser percebido pelo visitante como o seu acesso a uma história e cultura de identidade singular, a uma experiência de viagem personalizada, que permite conciliar o enriquecimento histórico-cultural ao hedonismo, mediante o consumo de produtos e serviços diferenciados e com padrão de qualidade internacional. A experiência *Viver Bahia* deve ser

⁵⁷ Expressão cunhada pela BAHIATURSA e utilizada no seu marketing para criar no imaginário do visitante o desejo de viver uma experiência única ao consumir o produto Bahia (p. 89).

exclusiva e ao mesmo tempo multifacetada para atender a cada segmento e posicionar a Bahia como um *destino inevitável*.

[...] Contendo essa proposta, a gestão da experiência Viver Bahia e da marca “Bahia – Terra da Felicidade” pode converter, cada vez mais, visitantes interativos em “Embaixadores da Bahia” nas suas cidades de origem (BAHIA, 2005a, p. 89).

De acordo com o documento da SCT, o Desenvolvimento do Produto é importante porque “o sucesso de um destino turístico está estreitamente vinculado à qualidade, diversidade, maturidade, autenticidade, capacidade comercial e sustentabilidade de sua linha de produtos” (BAHIA, 2005a, p. 90). Portanto, para dar continuidade ao crescimento da atividade turística na Bahia, além da atualização permanente da oferta, “devem ser desenvolvidos novos produtos turísticos para atender às necessidades, expectativas e tendências de consumo dos visitantes” (BAHIA, 2005a, p. 90). Entre as onze estratégias apresentadas, quatro se referem a questões culturais:

[...]

5. Transformar os destinos turísticos em “conteúdos” culturais, por meio de seriados, documentários, filmes, etc., gerando mídia espontânea capaz de complementar o esforço promocional para atrair o turista;

6. Estimular a utilização do conteúdo Bahia – nos seus aspectos culturais e naturais – em produções cinematográficas (filmes, novelas, videocliques, comerciais, etc.), visando a atrair novos segmentos de demanda turística;

7. Fortalecer os mecanismos de incentivo ao aumento da produção cultural, criando bens e serviços culturais diferenciados;

8. Criar condições para o desenvolvimento da gastronomia contemporânea baiana, estimulando a realização de pesquisas e a formação de especialistas na área;

[...] (BAHIA, 2005a, p. 90).

De acordo com a Estratégia de Turismo do Estado, os produtos turísticos da Bahia são agrupados em três categorias já informadas. Agora parte-se para a análise de cada uma delas para compreender de que forma o cultural permeia essas configurações.

A categoria Produtos de Imagem e Apelo “abrange os produtos representativos da Bahia que são capazes de amplificar a imagem do Estado, atraindo ou reconquistando novos turistas” (BAHIA, 2005a, p. 91). Esses produtos são selecionados em função de segmentos-alvo e de mercados prioritários. Aqui entram as festas – sejam elas religiosas, tradicionais ou não – como, por exemplo, o Festival de Verão de Salvador, a lavagem do Bonfim, o Carnaval, entre outros.

Dentre as cinco estratégias, duas relacionam-se diretamente a ações que se referem à cultura:

- Divulgar a diversidade e a qualidade da oferta turística baiana com sua cultura e produtos singulares;
[...]
- Estimular a realização de eventos regionais que ampliem o leque de motivações/produtos oferecido a segmentos-alvo específicos – a exemplo do festival de Música de Lençóis, Peregrinação a Bom Jesus da Lapa, Festejos de São João, etc. (BAHIA, 2005a, p. 91).

Já os Produtos de Segmentos Prioritários relacionam-se às características histórico-culturais, socioeconômicas, fisiográficas e ambientais mais marcantes de cada ZT que foram o ponto de partida para a identificação das seis motivações prioritárias que vêm orientando os planos de desenvolvimento turístico e as ações mercadológicas, de publicidade e promoção implementadas pela SCT/BAHIATURSA. Cada um desses segmentos está de acordo com a “identidade turística específica e suas principais motivações” (BAHIA, 2005a, p. 92). No entanto, é destacado que “muitos desses segmentos de produtos – litoral, história e cultura, esporte e aventura, negócios e eventos profissionais, entretenimento e lazer urbano, natureza – podem ser desfrutados em quase todas as ZTs do Estado” (BAHIA, 2005a, p. 93). Apesar do segmento de Entretenimento e Lazer Urbano trazer uma menção à cultura em suas estratégias – “Inserir nas programações e roteiros turísticos das ZTs os novos atrativos naturais e culturais das áreas urbanas e do seu entorno” (BAHIA, 2005a, p. 95) o destaque para a relação entre turismo e cultura está presente mesmo no segmento específico de História e Cultura.

Turismo de História e Cultura – compreende os circuitos e roteiros em que são destacados o patrimônio histórico e o cultural (material e imaterial) – festivais, museus, exposições, gastronomia, artesanato, costumes e tradições locais, entre outros (BAHIA, 2005a, p. 94)

Todas as suas estratégias se referem à cultura de forma ampla ou ao patrimônio material e imaterial, destacando-se uma estratégia específica relacionada às festas regionais (aqui denominadas de eventos ou manifestações culturais, algo comum no discurso da SCT).

- Promover a formatação de produtos turísticos que tenham como base o patrimônio histórico;
- Criar e promover novos roteiros histórico-culturais em cada ZT [...];

- Integrar à oferta turística das ZTs os respectivos calendários de eventos baseados em manifestações culturais populares e em outros acontecimentos programados que sejam relevantes, tendo em vista captar fluxo com motivação cultural, contribuindo, desse modo, para aumentar a permanência do turista na região e gerar fluxos intra-regionais;
- Maximizar a vocação natural de Salvador para se consolidar como pólo de turismo, cultura, entretenimento e lazer de referência nacional, criando condições para que o município seja, também, um centro internacional de Indústrias Criativas;
- Resgatar e promover a utilização turística do patrimônio histórico-cultural e socioeconômico específico de cada ZT [...] (BAHIA, 2005a, p. 94).

A categoria dos Produtos de Segmentos Específicos constitui-se em um agrupamento abrangente e heterogêneo e que se associam a motivações temáticas com capacidade para despertar o interesse de categorias específicas de turistas – como por exemplo: enoturismo, agroturismo, pesca de oceano, mergulho, turismo étnico, turismo religioso, termalismo, boa forma, golfe, tênis, entre outros. Entre as estratégias específicas relacionadas à cultura encontram-se:

- Fortalecer e ampliar a oferta turística na Bahia, incorporando o patrimônio cultural de origem afro-baiana (música, dança, religião, culinária, manifestações folclóricas, etc.), com vistas a atrair visitantes internacionais afro-descendentes com interesse em vivenciar experiências de motivação étnica; [...]
- Promover a divulgação das manifestações religiosas identificadas nas Zts, visando a atrair novos fluxos turísticos (BAHIA, 2005a, p. 97).

Para finalizar o capítulo são apresentadas as estratégias de Distribuição, o Gerenciamento das Relações com o Consumidor (CRM – *Customer Relationship Management*), de Mercado (que trata do mercado internacional e do mercado nacional). No entanto, nenhuma dessas estratégias foca diretamente na relação entre turismo e cultura, apenas utiliza os pressupostos já traçados anteriormente, trabalhando-os de acordo com seus objetivos.

No capítulo 6 é apresentada a estrutura de implementação da estratégia explicando como está organizada a estrutura gestora e os órgãos de suporte do turismo no Governo do Estado. Depois é valorizada a aliança entre o poder público, empresas e comunidade e de que forma esta deve ocorrer para a implementação efetiva das estratégias. Por fim, traça quais os procedimentos e indicadores de acompanhamento e avaliação que funcionam para monitorar o que é desenvolvido pelas estratégias e ações.

O capítulo 7 prevê resultados e metas a partir da elaboração de cenários para o ano de 2020. São contempladas as seguintes áreas: sustentabilidade, cooperação, suporte, imagem, governança e monitoramento. Diretamente relacionados à cultura são previstos os seguintes cenários:

Sustentabilidade – Os atributos singulares do destino Bahia estarão preservados, proporcionando aos visitantes uma experiência de alta qualidade; o rico patrimônio natural, histórico e cultural da Bahia estará sendo gerenciado de modo sustentável, consistente e responsável; [...]

[...]

Suporte – Recursos técnicos e financeiros públicos e privados darão suporte às ações de marketing, pesquisa e gestão do patrimônio natural-histórico-cultural; [...]

Imagem – [...] A Bahia será reconhecida como um destino exótico, único e inevitável.

[...] (BAHIA, 2005a, p. 114).

A partir da análise deste documento, foi possível perceber que estão presentes nas premissas das políticas públicas de turismo da SCT questões como a baianidade e a força do sincretismo (religiosidade, cultura afro-baiana, características místicas e exóticas) e que estas, apesar de não serem destacadas a todo o momento no documento estão presentes em lugares-chave, reforçando seu papel nas estratégias de turismo do Estado. O mesmo ocorre com as festas populares e religiosas. Elas são pouco mencionadas de forma direta durante o texto, no entanto os seus elementos simbólicos constitutivos permeiam, como já foi visto, toda a idéia de baianidade, de terra da felicidade, de alegria e receptividade do povo, de misticismo que está subjacente em todo o discurso do turismo analisado aqui.

Além disso, é feito um esforço por parte dos órgãos oficiais de reforçar essa imagem como sendo a principal imagem da Bahia enquanto destino turístico, o que é chamado de “marca Bahia” e às quais podem ser tecidas algumas críticas no que se refere ao reforço do estereótipo do senso comum, apesar de o turismo agora, ao contrário do que já foi feito em outros momentos históricos recentes, tentar destacar apenas o lado “positivo” do estereótipo, afastando a questão da preguiça, sempre a ele associada.

No que se refere ao documento da cultura, conforme já foi dito, o teor é menos voltado para questões de marketing e mais para os aspectos de gestão e organização do campo cultural baiano, assim como uma busca pelo discurso mais antenado às teorias das ciências humanas e sociais, ao contrário do discurso do turismo, mais voltado à economia e às ciências sociais aplicadas, como é o caso da

administração. Isso demonstra, através da análise do discurso, uma incongruência entre os dois campos que se encontram até o final de 2006 inseridos na mesma Secretaria, onde acaba por ser percebida uma disputa de forças que, ao que tudo indica, predominam as ações de subordinação da cultura ao turismo, pelo próprio discurso mais enfático de dominação desta atividade sobre sua matéria-prima (ou insumo, como informa o documento).

Sintetizando as idéias apresentadas nesta seção e na anterior, os quadros 1 e 2 (p.194) trazem um breve resumo objetivo das idéias-chave presentes nos dois documentos e aquelas que se consideram, no discurso, a elas associadas.

Idéias-chave	Idéias associadas presentes no documento
A cultura é vista no seu sentido amplo	Processo e produto Valores em mutação Tangível e intangível Alternativa para crise de valores Formador da identidade do povo Democracia Auto-estima Inclusão social Teias simbólicas Respeito à liberdade Exercício da cidadania Permeia todas as atividades
A cultura está inserida no contexto contemporâneo	Base e reflexo do processo de desenvolvimento global Aspecto econômico Necessidade de investimentos
A noção de baianidade está presente apesar de não mencionada	Estado privilegiado Berço da civilização brasileira Singularidade Riqueza Diversidade Um dos mais expressivos pólos de produção cultural do país Multiplicidade étnica Misticismo Sincretismo Sensualidade Gente Criativa Movida a trabalho Tolerância

Quadro 1 – Documento *Século XXI: Desafios da Cultura*: idéias-chave
Fonte: Elaboração própria.

A partir de um conjunto de idéias representadas no texto oficial por palavras ou frases carregadas de uma posição teórico-conceitual bem definida que estão associadas e dão sustentação às políticas culturais do Estado chegou-se a três idéias-chave principais expressas no documento da cultura, a saber: a cultura é vista no seu sentido amplo; a cultura está inserida no contexto contemporâneo; a

noção de baianidade está presente, apesar de não mencionada diretamente. Esse discurso demonstra-se preocupado com as questões antropológicas que perpassam a noção de cultura e os polêmicos debates que acontecem sobre o assunto no contexto internacional, nacional e local.

No documento do turismo, no texto oficial também se percebe uma série de idéias que podem ser associadas, através da análise do discurso, a três idéias principais: a valorização econômica do turismo como gerador de desenvolvimento sustentável no Estado; a visão de que a cultura é uma matéria-prima para o turismo; a baianidade é a peça fundamental para a promoção do turismo na Bahia. Este posicionamento, refletindo uma tendência mundial do turismo, apropria-se da cultura enquanto algo que agrega valor às estratégias de gestão e promoção da atividade, valorizando questões de administração e economia.

Idéias-chave	Idéias associadas presentes no documento
Valorização econômica do turismo como gerador de desenvolvimento sustentável	Modelo de referência para o país Impulso à economia Promove inclusão social Benefícios devem ser compartilhados Reflexão sobre turismo deve envolver toda a sociedade Aumento da auto-estima Diminuir desigualdades econômicas Trazer benefícios sociais Gerar efeitos multiplicadores Respeito à cultura e meio ambiente
A cultura é vista como matéria-prima do turismo	Diversificação do produto Ambientação cultural Aumento da produção cultural Cultura como insumo do turismo Turista como consumidor da cultura Solidificação dos vínculos cultura/turismo Otimização de resultados Vocação natural dos municípios baianos para cultura e turismo Turismo auxilia preservação da cultura
A noção de baianidade e o jeito de ser do baiano é peça fundamental na gestão e promoção turística	Vocação natural para o turismo Riqueza e diversidade cultural Singularidade cultural Densidade histórica Hospitalidade Baianidade Turista deve viver o local Turista deve sentir-se baiano Criar relação sentimental Turista como principal peça promocional

Quadro 2 – Documento *Século XXI: Consolidação do Turismo*: idéias-chave.

Fonte: Elaboração própria.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O problema que esta dissertação se propôs a responder é de que forma os Órgãos Oficiais de Turismo do Estado, que estão vinculados à Secretaria da Cultura e Turismo, sendo esta o seu representante maior, se apropriam da cultura para promover a atividade na Bahia, especificamente no caso das festas populares religiosas. Para buscar responder esta pergunta, se tentou determinar o papel das festas populares religiosas na contemporaneidade a partir da análise da relação entre cultura e turismo.

Este caminho parece fundamental para a compreensão do problema, pois há sempre um jogo dialético entre as questões universais, particulares e singulares em todos os problemas de pesquisa científica que são propostos. O universal aqui seria o contexto contemporâneo, com suas questões referentes à globalização, pós-modernidade e novas territorialidades, aí inseridos o turismo e a cultura, tanto como atividades econômicas, quanto como fenômenos socioculturais, políticos e históricos. O particular seriam as festas, neste caso, as de caráter popular e religioso, manifestações que estão presentes em todas as sociedades e que, mesmo com suas características peculiares, apresentam traços comuns, sendo os principais a representação de uma tradição (antiga ou recente) e o caráter de mediação. Por fim, o singular, as festas baianas e sua utilização turística, nas suas principais formas – como atrativo concreto (evento) constitutivo do produto Bahia e como construção simbólica que auxilia a promoção e marketing do destino (baianidade).

Todos os níveis de análise, o singular, o particular e o universal estão inter-relacionados e suas características são interdependentes e apresentam-se como produtos e reflexos umas das outras.

A contemporaneidade apresenta-se como resultado dos processos de globalização da economia, mundialização da cultura, indeterminação pós-moderna e novas territorialidades, nos quais o tempo e o espaço se tornam cada vez mais fragmentados e fluidos. Esse cenário não existe apenas de forma abstrata num espaço global, pois como foi visto, o global só se materializa no local, num espaço determinado, onde vivem pessoas que se organizam em comunidades específicas. Assim, todas as características apresentadas aqui, como sendo características da época contemporânea irão manifestar-se nos países, estados, cidades ou povoados

– que representam os lugares. Obviamente nem todos os lugares refletem esse contexto da mesma forma, daí a impossibilidade de se pensar uma homogeneização cultural, econômica, política ou social. Ao contrário, as diferenças aparecem e se reafirmam com mais força diante do contato com o outro.

A flexibilização do capitalismo, a evolução dos meios de transportes, das novas tecnologias da informação e comunicação, as novas organizações de sociabilidade em redes que permitem uma conexão mais rápida e fácil entre pessoas de lugares distantes e distintos, ao invés de pasteurizar a cultura, pelo contrário, tendem a destacar as diferenças. Apesar de algumas manifestações ou produtos culturais passarem a contar com uma maior penetração nos mercados globais, são as características singulares que tendem a ser valorizadas cada vez mais. O ser humano se coloca em contato com o outro por desejar a busca do diferente.

Conforme foi visto, este é um dos pressupostos principais do turismo, que consiste no deslocamento a outros lugares para conhecer um lugar que não é o seu de origem. Por isso, toda forma de turismo pode ser considerada em última instância como cultural. É verdade que o que leva à classificação das modalidades de turismo é a motivação principal para o deslocamento, mas muitas (a maioria) das modalidades de turismo podem se relacionar ao cultural.

A análise da cultura e do turismo como foi feita aqui, dentro de um contexto de globalização e pós-modernidade, se faz necessária para a compreensão do problema, pois a maior parte dos conceitos que são discutidos pelos gestores e estudiosos do tema está relacionada a pesquisas que levam em consideração esses elementos.

A sociedade atual é considerada a sociedade da informação e do entretenimento. A cultura em seu sentido amplo, antropológico, que leva em consideração os modos de ser e viver dos seres humanos tem seguido a tendência da cultura em sentido restrito, das artes, e buscado se inserir neste contexto. A partir da importância que adquiriram os meios de comunicação de massa e as novas tecnologias, com suas transmissões instantâneas, tudo deve chamar a atenção, tudo adquire caráter de espetáculo. Se formas culturais antes pouco relacionadas com esse universo – como, por exemplo, o artesanato – atualmente tentam se inserir nesse contexto, o que dizer das festas, que sempre tiveram um caráter de espetáculo?

Para compreender a importância das festas populares religiosas como manifestações culturais que, além de sua importância fundamental na vida de qualquer sociedade, estão relacionadas tão fortemente com a atividade turística, é preciso compreender a forma como a cultura se manifesta na contemporaneidade. Isso para demonstrar também que, apesar da análise aqui proposta ser mais detalhada no exemplo baiano, também ocorrem os mesmos processos, conforme foi indicado em alguns momentos no texto, em qualquer cidade, estado ou país, uma vez que a lógica contemporânea afeta em determinada medida todas as localidades. Desta forma entende-se que existem sempre aspectos universais que são observados em todos os lugares e que são dados pelo contexto mundial e aspectos específicos que serão determinados pela especificidade das culturas locais.

Após a apresentação do contexto contemporâneo, foi preciso então, explicar o que são os Estudos Culturais, uma vez que grande parte dos conceitos debatidos pelos planejadores e estudiosos da relação entre cultura e turismo são também tema de discussão neste campo do conhecimento.

O discurso do turismo, ao trabalhar com questões culturais, sempre trata de questões como a importância da manutenção da identidade local, manutenção das tradições, fascinação pela diferença, imaginário, autenticidade da cultura, representações, hibridismos, multiculturalismo, etc. No entanto, muitas vezes essas preocupações trazem uma noção bastante utilizada no senso comum de valorização do típico, do folclore, de estereótipos e de engessamento cultural. É comum ouvir discursos em favor da preservação da identidade do local contra o turismo que se torna o agente responsável dela descaracterização das tradições do destino. Assim, com a perda desta autenticidade, o que o turista passaria a encontrar seria apenas espetacularização, teatralização, carnavalização, simulacros e pastiches. Esses termos são muito comuns no discurso acadêmico do turismo e até encontram-se reunidos atualmente sob o termo turistização, uma denominação de caráter normalmente negativo.

No entanto, na maioria das vezes esses discursos catastróficos são exagerados. Obviamente, se não houver um planejamento integrado da atividade que seja realizado – de fato – com a participação dos poderes públicos, empresas e comunidade, visando a interpretação do patrimônio local (material e imaterial), e partindo da valorização do mesmo pelos membros daquela sociedade primeiro, para

depois ser utilizado como “produto turístico”, alguns desses elementos da cultura podem sofrer um processo de desgaste e perda de significado.

No entanto, nas ciências sociais, concorda-se com o conceito de cultura enquanto processo dinâmico. As manifestações ou produtos culturais possuem um significado dentro do contexto no qual estão inseridos. Foi visto aqui que, caso os processos históricos, sociais, econômicos ou políticos que geraram aquele produto cultural tiverem sido modificados ao ponto de fazerem com que ele perca seu significado de existir, não há porque tentar manter a cultura inalterada através de processos artificiais. A não ser, como já foi destacado, para finalidade exclusivamente turística. Ou seja, aquele patrimônio cultural continua sendo apresentado como uma curiosidade, um exotismo, uma lembrança de algo passado que não existe mais, mas que é interessante para o turista ver, em forma de espetáculo. Desta forma, a turistização da cultura não precisa ser necessariamente vista como algo negativo, desde que ambos – comunidade e turistas – compreendam o que está em jogo, uma representação de uma realidade e não a realidade em si.

Por isso, é importante que haja estudos verdadeiramente interdisciplinares para embasar a atividade turística. Desta forma, com a contribuição das diversas disciplinas, a atividade poderá ser mais bem planejada. O preconceito que estudiosos de algumas áreas (por exemplo, das ciências humanas, sociais e naturais) têm em relação ao turismo, vendo-o como um vilão que destrói cultura (assim como o meio ambiente) apenas faz com que mais impactos negativos sejam causados. Da mesma forma, os planejadores da atividade preferem dar mais valor às contribuições de certas áreas de conhecimento (por exemplo, das ciências econômicas e sociais aplicadas), pois estas buscam maximizar os benefícios e não impõem tantas restrições, o que leva a que a atividade não contribua de forma completa para o desenvolvimento integral das localidades e de seus habitantes, causando prejuízos a longo prazo.

Os conceitos teóricos podem e devem ser utilizados também no discurso do senso comum, da mesma forma como na academia e nas discussões técnicas, no entanto, é muito importante que eles sejam utilizados de forma completa, como os fenômenos que representam, e discutidos amplamente, para que não sejam esvaziados de seu sentido, o que é denominado de reificação, um processo muito comum na contemporaneidade.

As festas populares religiosas estão inseridas nestas discussões, pois muito tem sido dito sobre a carnavalização das mesmas para se tornarem mais “vendáveis” do ponto de vista turístico. É comum ouvir afirmações do senso comum de que as festas baianas hoje em dia são “para turista ver” e que todas estão seguindo os mesmos processos pelo qual passa o carnaval. No entanto, mesmo em Salvador, quando ocorrem muitas festas de largo no período chamado “ciclo de festas de verão”, a presença de moradores locais e a participação da população local não têm deixado de ocorrer. O interesse dos turistas que se encontram na cidade em relação às festas é natural, assim como o período do ano – alta estação, férias, verão – favorecer uma maior presença dos mesmos.

No entanto, pelo que foi aqui apresentado a respeito de estudos de festas desde o período da Idade Média, passando pela Idade Moderna e Renascimento na Europa até chegar aos dias de hoje na América Latina, Brasil e no caso específico da Bahia, as festas passam sempre por processos evolutivos naturais e próprios de qualquer manifestação cultural. Seu caráter de espetáculo, quebra de regras, inversão de papéis, descanso do trabalho, riso, alegria e mediação de uma forma ou de outra continuam mantendo intacta a necessidade do ser humano fazer festas para comemorar momentos representativos de sua história, sejam eles de caráter cotidiano ou extraordinário.

Da mesma forma, para a análise das festas populares religiosas foi de fundamental importância compreender as relações entre popular, sagrado e profano. A participação popular nas festas de largo sempre foi estimulada e até exigida pela própria Igreja. Daí, como foi visto, o papel fundamental desempenhado no Brasil e na Bahia pelas irmandades e confrarias na organização das mesmas, buscando atrair sempre multidões e realizar grandes espetáculos. Ao mesmo tempo, o Estado também se tornou um grande parceiro da Igreja na organização de festas religiosas importantes, o que confere à maior parte das chamadas festas religiosas brasileiras – e baianas – um caráter laico.

Da mesma forma que no próprio momento de organização das festas já se observa a dificuldade em diferenciar o que é sagrado e o que é profano, no momento da celebração os limites entre fé e diversão, templo e rua, também se tornam difíceis de definir. Até mesmo elementos que eram considerados profanos há algum tempo atrás podem passar a ser sagrados à medida que novos elementos profanos passam a ser acrescentados. E muitos participantes das festividades dão

valor aos dois aspectos, da mesma forma em que alguns privilegiam um em relação ao outro. A noção de festa é por demais complexa, e ainda mais quando nela se inserem outros adjetivos complexos, como popular, sagrado e profano. Para uma melhor compreensão do processo de transformação das festas seria necessário um estudo detalhado de cada uma delas, e alguns foram consultados para a elaboração da presente dissertação, no entanto, se muitas dúvidas e questionamento surgem, uma certeza pode ser afirmada: o turismo não pode ser responsabilizado unicamente por transformações que possam ocorrer nas festas populares religiosas, mas pode contribuir para as mesmas, não implicando que estas transformações venham a ser em si negativas. O turismo, a cultura e as festas são fenômenos que estão inseridos nas dinâmicas da sociedade e, portanto, irão sempre modificar-se. Apesar de parecer paradoxal, são exatamente essas mudanças que possibilitam que eles permaneçam vivos.

Como foi visto no decorrer da dissertação as festas populares religiosas estão inseridas nos processos culturais – são uma de suas manifestações – e no turismo – funcionam como um atrativo para a atividade. Como conseqüência e reflexo, elas estão inseridas no contexto contemporâneo de globalização e pós-modernidade, onde a cultura e o turismo são atividades de destaque. E por sua própria natureza constitutiva de espetáculo, tão valorizado na atualidade (assim como também o era em outras épocas) as festas despertam grande interesse em todas as sociedades, podendo mesmo motivar fluxos turísticos e impulsionar a economia.

No caso da Bahia, as festas – e aí têm um grande destaque as de caráter religioso e popular – não apenas funcionam como um atrativo turístico, mas estão inseridas e são parte constitutiva do conceito de baianidade – o jeito de ser do baiano, a própria denominação da cultura baiana “genérica” – que está por trás do grande apelo turístico do Estado.

O conceito de baianidade, apesar de polêmico, representa um discurso, baseado em características próprias de uma grande parte de baianos de Salvador e do Recôncavo e que por complexos processos socioculturais, políticos, artísticos e econômicos, passou a representar a idéia de Bahia que hoje é aceita no senso comum para além de suas fronteiras. No decorrer da dissertação se tentou demonstrar o que significa essa idéia e de que forma ela foi construída e divulgada. E o mais importante, como foi atrelada à atividade turística, passando mesmo a

orientar suas políticas públicas. Ou seja, não apenas os esforços de promoção e marketing do turismo levam em conta a cultura local, mas todo o seu planejamento parece estar baseado nessa premissa. Nesta dissertação se deu grande destaque ao sincretismo (por sua complexidade que se acredita pouco discutida no discurso turístico, apesar de ser amplamente utilizado por ele) que, junto às festas, são os principais elementos constitutivos da noção de baianidade.

Uma das grandes críticas normalmente feitas a este processo é que o interesse pela cultura baiana acaba por povoar o imaginário nacional – e mesmo internacional – da mesma forma como a cultura brasileira povoa o imaginário dos estrangeiros. Todo o complexo processo que levou à construção da noção de baianidade – que só brevemente se apresentou nesta dissertação – e que estimula tantos debates teóricos sem apresentar um consenso, acaba por ser, a partir do discurso do turismo e da mídia, resumido a estereótipos que representam a noção de um local exótico, com povo festeiro e sensual, movido a música animada, dançante e praticante de estranhas religiões de origens africanas.

No entanto, esse processo, como se tentou explicar, parece ser comum na contemporaneidade. Não apenas no caso baiano ou brasileiro, mas em todos os locais. A facilidade de acesso a informações e a possibilidade de viagens a distâncias cada vez maiores a um custo menor, ao mesmo tempo em que facilita o acesso a todos os cantos do planeta, não é capaz de fazer com que todas as pessoas compreendam todas as culturas em sua complexidade.

Conforme foi dito, o turista não é antropólogo, e o contato turístico é por demais efêmero. Desde que a atividade seja bem planejada, com bases sustentáveis, respeitando tanto a comunidade local e sua cultura, quando o meio ambiente; promovendo a distribuição dos benefícios gerados e minimizando os impactos; através de uma ação integrada que envolva todos os interessados – governos, empresas e sociedade civil – a cultura não precisa temer o turismo. Ao contrário, por tudo o que se discutiu, foi possível perceber que a relação entre ambos é inevitável, interessante e pode ser bastante benéfica para todos os envolvidos.

Através da análise dos documentos da SCT se percebeu que a cultura desempenha um papel fundamental para o turismo no Estado. E as festas populares religiosas, por serem elementos constitutivos da baianidade, ao lado do sincretismo e outros elementos não aprofundados nesta dissertação, estão inseridas nos

esforços de planejamento e promoção da atividade na Bahia. A noção de baianidade é diretamente mencionada no documento do turismo, sendo destacada como um dos valores da Estratégia Turística da Bahia e está presente de forma indireta no discurso do documento da cultura. Além disso, as festas são um dos segmentos prioritários em muitas das estratégias turísticas.

No entanto, a principal crítica que pode se fazer é em relação à incoerência que aparece no discurso da SCT no que se refere à diferença dos documentos oficiais das políticas de cultura e de turismo. Para contextualizar a análise – feita a partir da Análise do Discurso – foi traçado um breve histórico das políticas culturais do Estado e a forma como estas se interligam ao turismo. O que se observou foi uma subordinação da cultura ao turismo.

A partir dos anos 1960 a cultura passou a ter um peso fundamental para a promoção da Bahia como destino turístico. No entanto, apesar do turismo utilizar produtos culturais para agregar atrativos ao destino, a cultura não pode ser vista apenas como um insumo para o turismo. Ambos são fenômenos complexos e possuem potencial para serem ferramentas de desenvolvimento. No entanto, a cultura não existe apenas para servir ao turismo, ela é algo que faz parte da essência humana, representando suas formas de ser e viver, portanto precisa contar com políticas públicas independentes e voltadas para o desenvolvimento sociocultural dos cidadãos, das comunidades. Em primeiro lugar a cultura existe como a manifestação do modo de ser e viver das sociedades e limitá-la ou subordiná-la a uma atividade econômica – mesmo que seja a uma atividade importante e complexa como o turismo, que também possui caráter social – deixa de levar em considerações seus principais aspectos, que não são os econômicos.

Pela análise dos documentos o que se percebe é que, no discurso do documento da cultura, busca-se levar em consideração todos os mecanismos complexos que envolvem o tema. Assim, os aspectos sociais são valorizados, enquanto os econômicos são colocados como “bônus”. Isso reflete o que pode ser observado no contexto nacional e internacional no que se refere aos discursos e debates promovidos pela academia, instituições e organismos oficiais.

Pela análise do documento do turismo, o que se observa é a utilização da cultura como uma das matérias-primas para o turismo. O discurso é muito mais objetivo, voltado para os ganhos econômicos decorrentes da atividade e sempre destacando a cultura como diferencial ou valor a ser agregado aos destinos. É

verdade que o discurso deste documento também se preocupa com questões socioculturais e de melhoria da qualidade de vida da população, mas como é possível observar, a forma como o turismo ocorre na realidade normalmente não consegue conciliar na prática o que defende no discurso. E isso não é relativo apenas às preocupações com a cultura, mas também ao meio ambiente, por exemplo.

Portanto, para finalizar, é possível perceber que a união da cultura e do turismo sob a mesma pasta não é favorável para o desenvolvimento de políticas culturais, uma vez que estas, sendo subordinadas às políticas de turismo, para buscar a otimização de resultados, acabam por valorizar e estimular apenas determinados segmentos da cultura, aqueles que estão inseridos mais fortemente na lógica de mercado.

Retoma-se aqui o problema que se propôs: de que forma a SCT se apropria da cultura para promover a atividade turística da Bahia, especificamente no caso das festas populares religiosas, através da análise do seu papel na contemporaneidade e da relação entre cultura e turismo?

O discurso da SCT em relação à cultura e ao turismo diferem em um ponto fundamental, que é a premissa da qual parte sua noção de cada uma das áreas para elaborar suas políticas. A cultura é defendida no documento de acordo com as tendências discursivas observadas no campo nacional e internacional, ou seja, como um fenômeno complexo e levando-se em consideração sua noção antropológica. No entanto, o discurso do turismo afasta-se desta noção mais ampla da cultura. Como ambos os “setores” estão abrigados sob a mesma Secretaria, e analisando-se o histórico da sua relação através da vinculação das políticas de cultura aos interesses do turismo, pode-se afirmar que ambos os discursos não têm como estar coerentes com as ações, uma vez que são bastante diferentes. Pelo expressivo desempenho que demonstram os indicadores de turismo, o que pode ser entendido é que a cultura está sendo subordinada ao turismo, conforme já dito.

Não se defende aqui que a cultura não deva se relacionar com o turismo, muito pelo contrário, o que foi demonstrado é que ambos estão ligados desde os primeiros deslocamentos humanos. Também não se concorda com a visão catastrófica de que a cultura será destruída pelo turismo, pois a cultura não tem como ser destruída, uma vez que ela se transforma com o decorrer do tempo e com as modificações pelas quais passam as sociedades. E entende-se que neste mesmo

mecanismo geral de funcionamento da cultura na contemporaneidade estão inseridas as festas.

O que se defende, portanto, é que tanto cultura quanto turismo possuem especificidades que, apesar de se complementarem em alguns momentos, em muitos outros são diferentes e mesmo contraditórios. Portanto, para que ambos possam desenvolver-se dentro de suas próprias dinâmicas, até mesmo para que passem a ter uma relação mais harmoniosa, é necessário que cada um conte com seus próprios mecanismos de organização e planejamento político, empresarial e social, e que, dentro dessas estratégias hajam pontos de diálogo entre ambos, o que é fundamental.

REFERÊNCIAS

ABUMANSSUR, Edin Sued. Religião e turismo: notas sobre as deambulações religiosas. In: ABUMANSSUR, Edin Sued (Org.). **Turismo religioso**: ensaios antropológicos sobre religião e turismo. Campinas: Papyrus, 2003. pp. 53-68.

AMARAL, Rita de Cássia de Mello Peixoto. **Festa à brasileira**: significados do festejar, no país que não é sério. Departamento de Antropologia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. USP, 1998. (Tese de Doutorado).

ARANTES, Antonio Augusto. **O que é cultura popular**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

BAHIA. Governo do Estado. Secretaria da Cultura e Turismo. **Século XXI – consolidação do turismo**: estratégia turística da Bahia 2003-2020. Salvador: A Secretaria, 2005a.

_____. **Século XXI – desafios da cultura**: política cultural da Bahia 2003-2020. Salvador: A Secretaria, 2005b.

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rebelais. SP: HUCITEC; Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1987.

BALANCO, Jan. **Política cultural no Estado da Bahia**: gestão Paulo Souto / César Borges. 1995-1998. In: Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura/CUTL (FACOM/UFBA), 2006. [online] Disponível em: http://www.cult.ufba.br/pesq_polcult_estado.htm. Acesso: 20 out 2006.

BANDUCCI JR, Álvaro; BARRETTO, Margarita (Orgs.). Introdução. In: **Turismo e identidade local**: uma visão antropológica. São Paulo: Papyrus, 2003. 3ª ed. pp. 7-20.

BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades do planejamento. São Paulo: Papyrus, 2002. 3ª ed.

_____. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas, SP: Papyrus, 1995.

_____. **Planejamento e organização do turismo**. Campinas, SP: Papyrus, 1991.

BASTIDE, Roger. **O candomblé da Bahia**: rito nagô. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Editora SENAC, 2002. 7ª ed.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

BOAVENTURA, Edivaldo M. **Metodologia da pesquisa**: monografia, dissertação, tese. São Paulo: Atlas, 2004.

BOGDAN, Roberto C; BIKLEN, Sari Knopp. **Investigação qualitativa em educação**: uma introdução à teoria e aos métodos. Portugal: Porto Editora, 1994.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998. 2ª ed.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1996. 5ª ed.

BURKE, Peter. **Cultura popular na Idade Moderna**: Europa, 1500-1800. São Paulo: Cia das Letras, 1999. 2ª ed.

CANCLINI, Nestor García. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 2003.

CARNEIRO, Edison. **Candomblés da Bahia**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. 9ª ed.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: São Paulo: Paz e Terra, 2005. 8ª ed.

_____. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002. 3ª ed.

COIMBRA DE SÁ, Natalia. A Baianidade como Produto Turístico: uma análise da ação dos Órgãos Oficiais de Turismo na Bahia. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais**. [CD-ROM]. Brasília, 2006.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Teixeira. Epistemologia da análise do discurso no turismo. **Caderno Virtual de Turismo**. Vol. 5, n. 2, 2005 [online]. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/viewarticle.php?id=88>. Acesso: 23 dez. 2006.

COUTO, Edilece Souza. **Tempo de festas**: homenagens a Santa Bárbara, N. S. da Conceição e Sant'Ana em Salvador (1860-1940). Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista (UNESP, Assis). 2004. (Tese de Doutorado).

CUNHA, Maria Clementina Pereira. Apresentação. In: CUNHA, Maria Clementina Pereira (Org.). **Carnavais e outras f(r)estas**: ensaios de história social da cultura. Campinas, SP: Ed. da UNICAMP, CECULT, 2002. pp. 11-23.

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis**: para uma sociologia do dilema brasileiro. Rio de Janeiro: Rocco, 1997. 6ª ed.

DENNING, Michael. O que há de errado nos Estudos Culturais? In: DENNING, Michael. **A cultura na era dos três mundos**. São Paulo: Francis, 2005. pp. 158-178.

DIAS, Reinaldo. **Sociologia do turismo**. São Paulo: Atlas, 2003.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Estudos Culturais: uma introdução. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 2004. pp. 133-166.

_____. Uma introdução aos Estudos Culturais. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, n. 9, dezembro de 1998. [online] http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/9/Ana_Carolina.pdf. Acesso em 4 set 2006.

Eu vi Boa Morte sorrir... Salvador: IRDEB/TVE, 1996. Vídeo (29 min): VHS, son., color.

FERNANDES, Taiane. **Políticas culturais no Estado da Bahia**: Governo Antônio Carlos Magalhães. 1991-1994. In: Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura/CUTL (FACOM/UFBA), 2006. [online] Disponível em: http://www.cult.ufba.br/pesq_polcult_estado.htm. Acesso: 20 out 2006.

FERRETTI, Sérgio F. Notas sobre o sincretismo religioso no Brasil: modelos, limitações, possibilidades. **Revista Tempo**. n. 11, jul 2001, Dep. História da UFF, Niterói, Ed. 7letras, pp. 13-26. 2001a. [online] Disponível em: <http://www.ufma.br/canais/gpmina/Textos/7.htm>. Acesso: 14 out 2005.

_____. Religião e cultura popular: estudo de festas populares e do sincretismo religioso. **Os Urbanitas – Revista Digital de Antropologia Urbana**. Palestra proferida em 07 de junho de 2001 em Recife no Programa de Pós-graduação em Antropologia da UFPE. 2001b. [online] Disponível em: <http://www.aquaforte.com/antropologia/osurbanitas/revista/Ferretti.html>. Acesso: 23 mai 2006.

FONSECA, Antonio Angelo Martins da. Localismo e território diante das dinâmicas globais. **RDE – Revista de Desenvolvimento Econômico**. Salvador, UNIFACS, ano 6, n. 10, julho 2004. pp. 15-25.

_____. A emergência do lugar no contexto da globalização. **RDE – Revista de Desenvolvimento Econômico**. Salvador, UNIFACS, ano 3, n. 5, dezembro 2001. pp. 96-103.

FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime. Introdução. In: FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime (Orgs.). **Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Contexto, 2002. 2ª ed.

GARRIDO, Inez Maria Dantas A. **Modelos multiorganizacionais no turismo**: cadeias, clusters e redes. Salvador: Secretaria da Cultura e Turismo, 2002.

GASTAL, Susana. O produto cidade: caminhos de cultura, caminhos de turismo. In: CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos (Org.). **Turismo urbano**. São Paulo: Contexto, 2001.

GASTAL, Susana; CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos (orgs.). **Turismo na pós-modernidade**: (des) inquietações. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

GEIGER, Pedro P. Mapa do mundo pós-moderno. In: SANTOS, Milton et al (Orgs.). **Fim de século e globalização**. São Paulo: Hucitec, 2002. pp. 103-118.

GOBBI, Jorge. Turismo y autenticidad: hacia una propuesta relacional para el estudio de la interacción entre nativos y turistas en las comunidades locales. In: III Encuentro de Turismo Cultural – Naya. Buenos Aires, 30-31 octubre y 1º noviembre de 2003. “El turismo: espacio de diálogo intercultural”. **Anais**. [online] Disponível em: http://www.naya.org.ar/turismo/congresso2003/ponencias/Jorge_Gobbi.htm Acesso em: 19 abr 2006.

GONÇALVES, Alexandra. Turismo cultural, um complemento ao “sol e praia”. **RT&D - Revista Turismo e Desenvolvimento**. Vol. II (2), 2005. pp. 45-60.

GRÜNEWALD, Rodrigo de Azeredo. Turismo e etnicidade. **Horizontes Antropológicos - Revista Brasileira de Ciências Sociais**. Porto Alegre, ano 9, n. 20. pp. 141-159. Out. 2003 [online] Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832003000200008. Acesso em 19 abr 2006.

GUERREIRO, Goli. A cidade imaginada: Salvador sob o olhar do turismo. **Revista Gestão e Planejamento**. Salvador: ano 6, n. 11, jan./jun. 2005, pp. 06-22.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Loyola, 2002.

HOBSBAWN, Eric; RANGER, Terence. **A invenção das tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

HOLLANDA, Heloísa Buarque de. Estudos Culturais na Academia. In: Seminário Trocas Culturais na Era da Globalização. **Palestra proferida**. Rio de Janeiro, 1996. [online] Disponível em: <http://www.ufrj.br/pacc/global.html>. Acesso: 20 mai 2006.

IANNI, Octávio. **A sociedade global**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

_____. **Teorias da globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo**: a lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ática, 1996.

KAUARK, Giuliana. **Política cultural no Estado da Bahia**: gestões de César Borges (1998-2002) e Paulo Souto (2002-2006). In: Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura/CUTL (FACOM/UFBA), 2006. Disponível em: http://www.cult.ufba.br/pesq_polcult_estado.htm. Acesso: 20 out 2006.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2003.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000. 13ª ed.

MACIEL, Bruno Bastos. **Políticas culturais no Estado da Bahia**: 1945-1964. In: Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura/CUTL (FACOM/UFBA), 2006. Disponível em: http://www.cult.ufba.br/pesq_polcult_estado.htm. Acesso: 20 out 2006.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas, SP: Pontes: Editora da UNICAMP, 1997. 3ª ed.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. RJ: Editora UFRJ, 1997.

MARTINS, Clerton. Identidade, percepção e contexto. In: MARTINS, Clerton (Org.). **Turismo, cultura e identidade**. São Paulo: Roca, 2003. pp. 39-48.

MICHELINI, Cíntia Beatrice Matos da Costa. As imagens do Brasil mediadas por guias de viagem. **Patrimônio, Lazer & Turismo** – Revista Eletrônica COEAE. 2006. [online] Disponível em: <http://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/artigos.php?cod=84>. Acesso em 23 dez 2006.

MIGUEZ, Paulo César. **A organização da cultura na “Cidade da Bahia”**. Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia (UFBA). 2002. (Tese de Doutorado).

NOVO DICIONÁRIO Eletrônico Aurélio versão 5.0. Corresponde à 3ª. ed., 1ª. imp. da Editora Positivo, revista e atualizada do Aurélio Século XXI, O Dicionário da Língua Portuguesa. 2004. CD-ROM.

OMT – Organização Mundial do Turismo. **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

OLIVEIRA, Rodrigo Bonfim *et al.* A “comunidade imaginada” Bahia e a publicidade da Bahiatursa: um enfoque sobre o estereótipo da preguiça. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais**. [CD-ROM]. Brasília, 2006.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Discurso e leitura**. São Paulo: Cortez, 1993. 2ª ed.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1998.

_____. **A consciência fragmentada**: ensaios de cultura popular e religião. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

PELLEGRINI FILHO, Américo. **Ecologia, cultura e turismo**. Campinas, SP: Papyrus, 1997.

PEREIRA, Marcos Emanuel; ORNELAS, Tuta. Estereótipos e destinos turísticos: o uso dos estereótipos nos folders de uma agência de fomento ao turismo. **Caderno Virtual de Turismo**. Vol. 5, n. 3, 2005. [online] Disponível em <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/viewarticle.php?id=94>. Acesso em 10 ago 2006.

PINHO, Osmundo S. de Araujo. A Bahia no fundamental: notas para uma interpretação do discurso ideológico da baianidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. Fevereiro 1998, v. 13, n. 36. [online] Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69091998000100007&lng=en&nrm=isso. Acesso em 19 abr 2006.

PINTO, Roque. A Bahia reimaginada: como transformar um velho entreposto comercial em um novíssimo produtor de tradições. **Ciudad Virtual de Antropología y Arqueología** [online] 2001. Disponível em: http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/roque_pinto.htm. Acesso em 31 abr 2006.

PIRES NETO, Josias. **Bahia singular e plural**: registro audiovisual de folguedos, festas e rituais populares. Salvador: Secretaria da Cultura e Turismo, Fundação Cultural, 2005.

PIZZANO MALLARINO, Olga. Fiestas y patrimonio cultural. In: PIZZANO MALLARINO, Olga et al. **La fiesta, la otra cara del patrimonio**: valoración de su impacto económico, cultural y social. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2004. pp. 13-53.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira. Turismo, planejamento socioespacial e patrimônio histórico-cultural. In: PORTUGUEZ, Anderson Pereira (Org.). **Turismo, memória e patrimônio cultural**. São Paulo: Roca, 2004.

POUTIGNAT, Philippe; STREIFF-FENART, Jocelyne. **Teorias da etnicidade**: seguido de grupos étnicos e suas fronteiras de Fredrik Barth. São Paulo: Fundação Ed. da UNESP, 1998.

PRYSTHON, Ângela. Estudos Culturais: uma (in)disciplina? **Comunicação e Espaço Público**. Ano IV, n. 1 e 2, 2003.

QUEIROZ, Lúcia Aquino de. **Turismo na Bahia**: estratégias para o desenvolvimento. Salvador: Secretaria da Cultura e Turismo, 2002.

RIBEIRO, Ana Clara Torres. Mutações na sociedade brasileira: seletividade em atualizações técnicas da cultura. In: SANTOS, Milton et al (Orgs.). **Fim de século e globalização**. São Paulo: Hucitec, 2002. pp. 151-160.

RODRIGUES, Adyr Balastreri. Apresentação. In: RODRIGUES, Adyr Balastreri (org.). **Turismo; modernidade; globalização**. São Paulo: Hucitec, 2002a. 3ª ed. pp. 9-16.

RODRIGUES, Marly. Preservar e consumir: o patrimônio histórico e o turismo. In: FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime (Orgs.). **Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Contexto, 2002b. 2ª ed.

RUBIM, Antonio Albino Canelas; PITOMBO, Mariella; RUBIM, Iuri Oliveira. Políticas e redes de intercâmbio e cooperação em cultura no âmbito ibero-americano. In: CONVÊNIO ANDRÉS BELLO. **Siete cátedras para la integración**. Bogotá, Convênio Andrés Bello, 2005. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br>. Acesso: 20 out 2006.

SANCHES, Manuela Ribeiro. Nas margens: os Estudos Culturais e o assalto às fronteiras acadêmicas e disciplinares. **Etnográfica**. Vol. III (1), 1999, pp. 193-210.

SANSI, Roger. De imagens religiosas a ícones culturais: reflexões sobre as transformações históricas de algumas festas públicas na Bahia. In: BIRMAN, Patrícia (Org.). **Religião e espaço público**. São Paulo: Attar Editorial, 2003.

SANTAYANA, Mauro. O século XXI e o desafio das etnias. In: SANTOS, Milton. **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: Hucitec, 1994.

SANTOS, Jair Ferreira dos. **O que é pós-moderno**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

SANTOS, Marcos Roberto Martins dos. **Políticas culturais na Bahia: gestões Waldir Pires e Nilo Coelho. 1987-1991**. In: Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura/CUTL (FACOM/UFBA), 2006. Disponível em: http://www.cult.ufba.br/pesq_polcult_estado.htm. Acesso: 20 out 2006.

SANTOS, Milton. A aceleração contemporânea: tempo mundo e espaço mundo. In: SANTOS, Milton et al (Orgs.). **Fim de século e globalização**. São Paulo: Hucitec, 2002. pp. 15-22.

_____. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

_____. **Natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Hucitec, 1996.

_____. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: Hucitec, 1988.

SANTOS, Rafael José dos; GAYER, Priscila. Imagens de um país: da mestiçagem à “marca Brasil”. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais**. [CD-ROM]. Brasília, 2006.

SANTOS, Theotonio dos. A globalização reforça as particularidades. In: SANTOS, Milton (Org.). **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: Hucitec, 1994. pp. 72-76.

SERRA, Ordep. **Rumores de festa: o sagrado e o profano na Bahia**. Salvador: EDUFBA, 1999.

_____. **Águas do rei**. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

SILVA, Jorge Antonio Santos. **Turismo, crescimento e desenvolvimento: uma análise urbano-regional baseada em cluster**. Faculdade de Comunicação, Universidade de São Paulo (USP). 2004. (Tese de Doutorado).

SILVEIRA, Emerson José Sena da. Turismo e consumo: a religião como lazer em Aparecida. In: ABUMANSSUR, Edin Sued (Org.). **Turismo religioso: ensaios antropológicos sobre religião e turismo**. Campinas, SP: Papirus, 2003. pp. 69-106

SILVA, Sandra Rúbia. Globalização, ciberespaço e imaginários turísticos: a atualização da imagem do Brasil como “paraíso terrestre” na internet. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais**. [CD-ROM]. Brasília, 2006.

SODRÉ, Muniz. **A verdade seduzida: por um conceito de cultura no Brasil**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1988.

STEIL, Carlos Alberto. Peregrinação, romaria e turismo religioso: raízes etimológicas e interpretações antropológicas. In: ABUMANSSUR, Edin Sued (Org.). **Turismo religioso: ensaios antropológicos sobre religião e turismo**. Campinas, SP: Papirus, 2003. pp. 29-52.

TORRES, Mônica Lisboa. O Rio dos viajantes: representação da cidade nos guias de turismo. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais**. [CD-ROM]. Brasília, 2006.

UCHÔA, Sara. **Políticas culturais na Bahia: 1964-1987**. In: Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura/CUTL (FACOM/UFBA), 2006. Disponível em: http://www.cult.ufba.br/pesq_polcult_estado.htm. Acesso: 20 out 2006.

VIEIRA, Mariella Pitombo. Política cultural na Bahia: uma abordagem sobre concepções e modos de intervenção do Estado no campo da cultura (1995-2002). **Revista Interações** – Revista Internacional de Desenvolvimento Local. Vol. 7, n.12. mar/2006. Campo Grande: UCDB, 2006. pp. 111 a 120. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br>. Acesso: 25 out 2006.

ZANLORENZI, Elisete. **O mito da preguiça baiana**. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo (USP). 1998. (Tese de Doutorado).