



TURISMO, TERRITÓRIO E CULTURA - UMA TRILOGIA (SEMPRE) EM CONSTRUÇÃO

■ FERNANDA DELGADO CRAVIDÃO*

RESUMO: EXISTE HOJE UMA CULTURA PLANETÁRIA QUE PROMOVE NOVAS RELAÇÕES COM O TEMPO, COM O PASSADO, COM O TERRITÓRIO, COM O PATRIMÔNIO. ESTA CULTURA APELA A EXPERIÊNCIAS, A UMA ATRAÇÃO QUASE NOSTÁLGICA, A UMA IDENTIDADE SOCIAL E TERRITORIAL. AS FÉRIAS DE MATRIZ FAMILIAR DESAPARECERAM E RECIAM-SE NESTE CONTEXTO NOVAS IDENTIDADES. OS SÍTIOS, OS LUGARES, OS TERRITÓRIOS, ADQUIREM DIMENSÕES SIMBÓLICAS. VAI-SE CONSTRUINDO, PROGRESSIVAMENTE, UMA AUTENTICIDADE REGIONAL.

NESTE CONTEXTO A TRILOGIA TURISMO, TERRITÓRIO (PATRIMÔNIO) E CULTURA PARECE-NOS PARTICULARMENTE IMPORTANTE NO TECIDO DAS PRÁTICAS TURÍSTICO /CULTURAIS DA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA. É NESTE SENTIDO QUE A RELAÇÃO ENTRE PATRIMÔNIO, CULTURA E TURISMO REPRESENTA, PARA A SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA, O ELO ENTRE A TRADIÇÃO E A MODERNIDADE E POR ISSO UMA TRILOGIA EM CONSTRUÇÃO PERMANENTE.

PALAVRAS-CHAVE: TURISMO. CULTURA. PATRIMÔNIO

Existe hoje uma cultura planetária que promove novas relações com o tempo, com o passado, com o território, com o patrimônio. Esta cultura apele a experiências, a uma atração quase nostálgica, a uma identidade social e territorial. As férias de matriz familiar desapareceram e recriam-se neste contexto novas identidades. Os sítios, os lugares, os territórios, adquirem dimensões simbólicas. Vai-se construindo, progressivamente, uma autenticidade regional.

Neste contexto a trilogia turismo, território (patrimônio) e cultura parece-nos particularmente importante no tecido das práticas turístico /culturais da sociedade contemporânea. “O turismo enquanto espécie de consciência moderna assenta numa interação com o território e por esta via com o patrimônio. Procura sobretudo a reinterpretação deste.” O patrimônio quase sempre associado ao conceito de herança, algo que passa de geração em geração e por isso importante veículo de transmissão, podendo ser encarado como uma cadeia de valor histórico e portanto,

como afirmam Sigala e Leslie (2005), parte relevante da tradição cultural da sociedade. Neste sentido, a relação entre patrimônio, Cultura e Turismo representará, na sociedade contemporânea, o elo entre a tradição e a modernidade.

No quadro da História da Humanidade o turismo é um fenômeno recente. Apenas a partir do século XVIII se começa a organizar e sistematizar. Porém, de um fenômeno de elites que se deslocavam segundo um mapa mundial bem delimitado, transforma-se, em menos de 50 anos, num fenômeno massificado e global. Entre os anos 50 e 60 do século XX o número de viagens duplicou, de 25 milhões para cerca de 50 milhões; dez anos depois ultrapassava 125 milhões; no início dos anos noventa situava-se próximo dos 500 milhões, para, em 2008, atingir o total de 903 milhões.

Neste cenário, que tem como protagonista a última geração do século passado, alteram-se os quotidianos, os ritmos de trabalho, os tempos de lazer assumem novas regras ou despem-se delas, buscam-se novas experiências. Há novas procuras e por essa via novas ofertas. As regiões turísticas alargam-se e emergem novos territórios com novas práticas turísticas. "No início do século XXI o planeta está exposto direta ou indiretamente, ao fenômeno turístico".

Tal como outros países, Portugal não fica alheio a toda esta mudança. Consolidando-se como destino turístico nos anos oitenta do século XX, tem vindo progressivamente a encontrar novos caminhos para a oferta. Em 2008 entraram

em Portugal 12.320 milhões de turistas. As receitas têm crescido a uma média de 4% ano. Prevendo-se que em 2015 possa vir a constituir 15% do PIB.

Fenômeno social e cultural por excelência, responde progressivamente a turistas mais informados, mais qualificados, mais exigentes, com uma maior qualidade de vida. Como afirma Cavaco (2003,p.31)

as lógicas predominantes dos fluxos turísticos são meridianas - em busca do sol - ou tomam a direcção de velhas relações coloniais, reforçadas pelo exotismo dos territórios e das populações e, sobretudo pelas suas fachadas marítimas e pelas cidades patrimoniais. Jogam-se ofertas novas, atractivas e competitivas, favorecidas pelo encurtar das distâncias – tempo, pela ‘charterização’ e as companhias Low cost, mas também, ofertas diferenciadas, de produção flexível, alternativas e algo elitistas.

Muitos destes “novos” percursos emergem de imagens criadas por histórias familiares, por espaços perpetuados pela literatura, pelo cinema, por ligações afetivas, por ligações estéticas. Estes “novos” territórios de viagem vêm ao encontro desse imaginário dando-lhe uma identificação territorial que vai começando a desenhar novos mapas. Tal como afirma Rosa Gomes,

Habilmente reconvertidos (os bens culturais) são um eficaz instrumento de desenvolvimento territorial,

(turístico) para além de serem elementos potenciadores de qualidade de vida, uma vez que trazem a reabilitação de espaços e a consequente oferta de novos serviços, sempre inspirados na identidade do lugar.¹

Já em 1977, Jean Marie Miossec chamava atenção para os novos caminhos da atividade turística e que então se começavam a delinear. Neste texto, pleno de atualidade, o autor pretende, por um lado, mostrar a importância da atividade turística, então em início de consolidação, sobretudo em algumas regiões europeias, e por outro, transmitir como as diferentes imagens que cada um vai construindo constituem suportes importantes para as escolhas de itinerários, construção de novos olhares sobre o território, definição de diferentes perfis de turistas. São estes que promovem e obrigam a ofertas cada vez mais definidas e dirigidas procurando cativar “velhos e “novos” turistas, conferindo novas imagens a “velhos” lugares e alterando e diversificando a sua atratividade. E estes são novos desafios. Há novas procuras, novos perfis de turistas, novas formas de olhar e consumir o território onde o *lugar* assume um lugar diferente.

Esta nova relação entre turista, território e cultura torna-se mais complexa, gera cada vez mais mobilidade, mas exige também novos e diferentes lugares de paragem. Está sempre em construção. A sociedade de consumo e de lazer gera novos percursos para novos turistas. Mais exigentes. Mais informados. Mais instruídos. Com maior

consciência de cidadania. Reinventam-se os itinerários, que retratam histórias de lugares, percursos de vida, afetos com os territórios. Por isso o turismo é um território de memórias, matéria imateriais, mas também uma teia de contradições. Para muitos a viagem continua a ser um emaranhado de fronteiras entre o imaginário e o concreto, entre o real e a ficção, onde o lugar adquire cada vez mais um valor simbólico. É aqui que o turismo continua a ter um campo completamente aberto para se desenvolver.

Viajar, ou fazer turismo, continua a ter um valor emblemático. Para quem o faz, mas também para os grupos sociais que ainda não lhe têm acesso. Viajar ou fazer turismo tornou-se deste modo um fenómeno cultural e além disso um dos símbolos da sociedade de bem-estar.

É neste contexto e apesar de recente, que as práticas turísticas se modificam, se alteram, se diversificam, se consolidam, sendo certo que fazer turismo continua, ainda, a ter um valor simbólico. Não como era entendido em meados do século XX, mas pelo que hoje significa: ainda poder econômico, símbolo do exótico, sinónimo de ascensão social e cultural, mas também retratando o domínio do corpo e da mente.

Para uma parte significativa de turistas a *viagem* constitui, ainda, como que uma metáfora onde liberdade e domínio, para além dos espaços familiares, quotidianos e da esfera do privado, são objetivos a atingir.

UM NOVO PARADIGMA _____

O crescimento da atividade turística, quase sempre rápido e não planejado, levou em muitas regiões do mundo a rupturas com o território gerando tensões ambientais, conflitos com as populações locais, de difícil solução.

A publicação em 1987 do Relatório Burtland vem consubstanciar e trazer para as agendas políticas mundiais as questões relacionadas com desenvolvimento sustentável. Neste contexto, a atividade turística, que tem tido como principal recurso o território, e então em pleno crescimento, frequentemente sem preocupações relativas ao ordenamento, passa por uma fase onde impactos ambientais negativos se tornam, em muitos casos, a questão central.

Assim, e ainda que a “medo” e de forma paulatina, a partir dos anos 90 começam a delinear-se novos percursos para atividade turística. Importa recordar que, nos países ditos desenvolvidos, a escolaridade não tem parado de aumentar, a esperança de vida está cada vez mais longa, o acesso à informação banalizado, o conceito de tempo livre sofre alterações, os custos de transporte estão cada vez mais baixos, a qualidade de vida é um patamar conquistado por muitos. Paralelamente, a construção de uma consciência de cidadania-local, regional e global, que nos permite construir, embora lentamente, o saber olhar o *Outro*, é uma construção que passa por novas formas de utilizar o território de entender as culturas diferentes de dar *lugar* ao lugar.

E é nesta teia de ligações diferentes, e por vezes cheia de contradições, mas inscrita na sociedade global, que a *viagem* e os *lugares* se (re)

constroem, mas, em outros casos, se (des) constroem para não dizer destroem. Aproveitam-se imagens há muito criadas, reinventam-se novos caminhos para a atividade turística que pretendem atingir as novas procuras. Na nova arquitetura que apresentam e que tem por base uma construção antiga, patrimônio, é possível multiplicar as ocasiões de visita, permitem participar em manifestações culturais, recriam-se ambientes há muito perdidos e que agora se recuperam e onde o turista assume o papel principal. A diversidade de interesses oferecidos numa mesma viagem adquire tal dimensão que é possível fazer diferentes viagens percorrendo o mesmo percurso. No tempo, no modo e no consumo. Por isso cativam-se públicos diversificados: diferentes idades, diferentes origens sociais, diferentes capacidades econômicas, diferentes interesses culturais e também por isto o turismo cultural é um mercado em expansão.

Neste contexto de mudança começa a consolidar-se um novo paradigma – o do patrimônio. É neste caminho que a UNESCO só em 2003 reconhece o patrimônio imaterial.

O “uso cultural” da cultura faz hoje parte das práticas turísticas, em grande medida recuperando lugares mapeados há muito. As termas podem ser um exemplo, entre muitos outros. Muitas das estâncias termais, que marcaram a vida social da aristocracia e burguesia do século XIX e parte do XX, foram recuperadas, refuncionalizadas, segundo o formato da sociedade de consumo. No espaço europeu em geral, e no território português em particular, são muitos os exemplos. A sua promoção recupera por um lado a

imagem antiga e dá-lhe nova roupagem. Cria uma nova identidade com o território.

Isto é, faz apelo também, às condições ambientais envolventes do patrimônio natural, à ambiência "cultural": a história, a gastronomia, aos percursos pedonais..... Isto é, o que marca é o *lugar* mas o que se oferece ultrapassa-o. O patrimônio - material e intangível - é o produto que desenha a arquitetura do turismo cultural. Do patrimônio construído ou imaterial – da casa rural em extinção ao núcleo museológico, da música às manifestações populares de teatro, religiosas, tudo permite dar, ou parecer dar, sentido ao *lugar*. Se a *viagem* teve uma função estruturante na emergência e consolidação deste fenômeno, é o *lugar*, que, progressivamente, vem a promover novos modos de consumir o(s) território(s). Apela-se aos novos conceitos de ocupação de tempos livres, numa sociedade cada vez mais terciarizada, mais urbana, a atividade turística adquire, lentamente, outras práticas. Desmassificadas. Imateriais. Simbólicas. Numa sociedade cada vez mais global procura-se a singularidade cultural. (Re)encontra-se a *Viagem*. (Re) inventam-se os *Itinerários*. (Re) centram-se os *lugares*. Emergem novas identidades territoriais. Muitos destes lugares começam a marcar um novo mapa. Às "velhas" coordenadas geográficas sobrepõe-se o modo como se inscreve a oferta turística /cultural a escalas que vão do local ao regional passando por territórios onde as fronteiras políticas também se anulam. Estes são novos mapas em que as georeferências se articulam com novas práticas turísticas, com novas formas de lazer com novos modos de usar o território.

O ser humano que conhece outros lugares, quando regressa faz uma diferente leitura do seu próprio lugar. Os seus olhos estão "modificados". Modifica-se o seu "ser" e por via disso o "estar". Altera-se o "olhar" e vê de outro modo o seu lugar. Como afirma Ferrara (1996) quebra-se o hábito da habitabilidade e resgata-se a identidade. Neste contexto, a cultura /o patrimônio constituem uma chave para a identidade. O patrimônio material e imaterial é hoje, na economia global, um dos poucos caminhos que ajudam a encontrar o diferente. Isto é, a dar a um lugar a sua verdadeira dimensão: sociológica, cultural, geográfica.

Por isso, muitos dos autores que elegeram o território como cenário principal do seu trabalho continuam, por um lado, a questionar e, por outro, preocupados com muito do que se tem feito, ou não, em termos turísticos.

O território é um recurso finito. O respeito pelas populações locais é um dever. As identidades culturais constituem um patrimônio coletivo. A atividade turística, deve, por isso, pautar-se por um caminho onde a sustentabilidade seja uma preocupação permanente.

O turismo cultural assume aqui um lugar privilegiado. As regiões periféricas podem ter no turismo um meio inesgotável para promover a sua integração e coesão territorial; os centros urbanos podem, através do turismo, refuncionalizar-se e ganhar as novas dinâmicas demográficas e económicas há muito perdidas; as "velhas" áreas industriais encontram, no turismo, novos modos de se integrarem na economia, através, por exemplo, do seu patrimônio museológico, as

paisagens ditas naturais ou em vias de extinção estão a transformar-se em verdadeiros santuários. Adquirem novas identidades. Retrata-se em redes nacionais e Internacionais. Emerge uma nova geografia marcada pela singularidade. Visitar o que ainda não desapareceu e que faz parte da história da Terra e do ser Humano é um filão, para muitos, em crescimento mas onde nós temos um papel crítico fundamental.

A constituição de redes em que o patrimônio cultural é o recurso de charneira tem promovido a construção de itinerários, que passam pelo natural, pelo arquitetônico, atravessam o histórico, o religioso, a música, a gastronomia... E podia continuar a dar exemplos. De fato, a importância econômica que a atividade turística assume, do local ao global, criou e cria expectativas que são registradas no discurso político, nos planos estratégicos de desenvolvimento, nos agentes econômicos, na comunicação social, nas populações.

No caso português a construção de *rotas* pode aliar o território, o Turismo e a cultura sempre procurando novas configurações.

Portugal, com poucos recursos econômicos e humanos, sobretudo na área do patrimônio, deve optar por vias que não dispersem energias. Esta atitude obriga a uma melhor gestão dos recursos existentes, a definir projetos de intervenção onde a relação entre a população residente e público deve ser uma questão central. O patrimônio existe "porque nós existimos". Como afirma Catarina Gonçalves (2009), "a revitalização patrimonial é muito mais do que a História da Arte, de conservação e restauro, do

que turismo cultural por si só: é a forma mais segura de encontrar o tão difícil mas desejado equilíbrio entre o respeito pela autenticidade do patrimônio, a certeza da sua preservação e a democratização do seu acesso."

A importância das rotas pode surgir neste contexto. No espaço rural, por exemplo, a dispersão de infraestruturas, de equipamentos de apoio e escala deve promover a sua construção para percorrer estes territórios. Uma rota reforça "o sentimento de unidade dentro da diversidade que é tão característico do território nacional." O patrimônio arquitetônico, o artesanato, a música, a gastronomia, podem constituir um guião que nos leve a novos percursos e a outros olhares.

Por outro lado, as rotas podem e devem levar ao estabelecimento de parcerias entre os diferentes agentes locais subordinados ao mesmo fim, onde devem prevalecer os mecanismos de solidariedade. Neste caminho constroem-se novas dimensões dos territórios; relevam-se as identidades regionais e locais com autenticidade.

NOTAS CONCLUSIVAS _____

A importância da cultura enquanto recurso/produto turístico é hoje um dado assumido. Pelos operadores turísticos. Pelo poder político, através das diversas estratégias para o desenvolvimento. Pelas Instituições supranacionais como é exemplo a União Europeia. Os exemplos são inúmeros.

Se é certo que a atividade turística responde de modo imediato aos conflitos, às doenças, às catástrofes, também não deixa de ser

verdade que se encontram, quase sempre, alternativas para a *viagem*. Isto é, hoje, a questão da segurança, no sentido mais lato, é seguramente uma das questões fundamentais a ter presente. Por outro lado, se durante algumas dezenas de anos do século XX, era possível identificar um conjunto de regiões que constituíam os grandes pontos de chegada, hoje, ainda que haja uma matriz herdada, praticamente a atividade turística exerce-se em todo o mundo. Emergindo em algumas regiões e consolidando-se em outras. E este é um novo desafio. Há novas procuras, novos perfis de turistas, novas formas de olhar e consumir o território. O *lugar* assume um lugar diferente.

Mas, por outro lado, a atividade turística é provavelmente uma das que encerra mais contradições. O turismo é um produto da mobilidade. Tem por especificidade percorrer o espaço, mas a sua lógica conduz também à fixação. Num qualquer lugar privilegiado, que modela, adapta, transforma, frequentemente devora, não raras vezes descaracteriza, e para alguns autores, concorre mesmo para a construção de não lugares. Citando Ana Carlos (1996) "o turismo transforma tudo (...), cria um mundo fictício e mistificado do lazer (...) ilusório, onde o espaço se transforma em cenário para espectáculo" onde os turistas ainda são passivos. O real é modificado, transfigurado para seduzir, para ser consumido.

Porque o território, qualquer que seja a sua dimensão, é na sua essência uma produção humana, é nele que se constroem as relações sociais, é nele que se (re) cria a identidade, a singularidade cultural.

Também por isso o turismo, o território e a cultura constituem uma trilogia em permanente construção.

SOBRE A AUTORA _____

* (CEGOT) Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território Universidade de Coimbra -Portugal
cravidao@fl.uc.pt

NOTAS _____

¹ Rosa Cláudia Vieira Gomes – *Turismo Cultural e Interpretação: Uma Estratégia para Dinamização dos Patrimônios*, www.agoracultura.com, [s. l.], [s. d.], p. 1.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS _____

AMIROU, Rachid. *Imaginaire du tourisme culturel*. Paris: PUF, 2000.

CARLOS, Ana. O Turismo e a produção do não lugar. In: YÁXI, Eduardo, CARLOS, Ana Fani, CRUZ, Rita Ariza da (orgs.). *Turismo-Espaço, Paisagem e Cultura*. São Paulo: Hucitec. São Paulo, 1996, p 25-38.

CAVACO, Cavaco. O turismo em Portugal: aspectos evolutivos e espaciais. In: *Estudos Italianos em Portugal*, Faculdade de Letras. Lisboa. 1980, p. 40-52.

CRAVIDÃO, F. Delgado e CUNHA, Lúcio (1991) - Turismo, Investimento e Impacto ambiental. *Cadernos de Geografia*, IEG, nº 10, Coimbra, p. 199-22.

CRAVIDÃO, F. Delgado E CUNHA, Lúcio. Ambiente e Práticas Turísticas em Portugal. *Inforgeo*, nº6; Edições Colibri; Associação Portuguesa de Geógrafos; Lisboa.

- FERRARA, Leocrécia. Turismo dos deslocamentos virtuais. In: YÁXI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani; CRUZ, Rita Ariza da (orgs.). *Turismo-Espaço, Paisagem e Cultura*. São Paulo: Hucitec, 1996 p.15-25.
- MOESCH, M e GASTA, S (edt). *Um outro Turismo é possível*. São Paulo: Editora Contexto.
- HUESCAR, Augusto. Nuevo Marco Conceptual del Turismo. *Estudios Turísticos*, nº 117, 1993, p. 23-48.
- _____. Tourisme et loisirs: quelles problématiques géographiques?. *L'information Géographique*, nº 57, 1993, p. 48-58.
- LESLIE, David e SIGALA, Marian. *International cultural tourism: management, implications and cases*. U.K. 2005
- RIECHMANN, Jorge et al. *De la Economía a la ecología*. Valladolid: Trota, 1995.
- RODRIGUES, Adyr. *Turismo e Espaço - Rumo a um conhecimento transdisciplinar*. São Paulo: Hucitec, 1997.
- WILLIAMS, A. M. Touristic and Economic Transformation in Greece and Portugal. *Inforgeo*, nº6, Lisboa: Edições Colibri; Associação Portuguesa de Geógrafos, 1993.
- WILLIAMS, S. *Tourism: new direction and alternative tourism*. Nova York: Routledge, 2004

ABSTRACT: THERE IS NOW A PLANETARY CULTURE THAT FOSTERS NEW RELATIONSHIPS WITH TIME, WITH THE PAST, WITH THE TERRITORY, WITH THE ASSETS. THIS CULTURE APPEAL TO EXPERIENCE, ALMOST A NOSTALGIC ATTRACTION TO A SOCIAL AND TERRITORIAL IDENTITY. THE CORE FAMILY VACATION DISAPPEARED AND RECREATE IN THIS CONTEXT NEW IDENTITIES. THE PLACES, THE PLACES, THE TERRITORIES ACQUIRED SYMBOLIC DIMENSIONS. WILL BUILD UP GRADUALLY, A REGIONAL AUTHENTICITY. IN THIS CONTEXT THE TRILOGY TOURISM AREA (HERITAGE) AND CULTURE SEEMS TO BE PARTICULARLY IMPORTANT IN THE FABRIC OF PRACTICAL TOURIST / CULTURAL ASPECTS OF CONTEMPORARY SOCIETY. IN THIS SENSE, THE RELATIONSHIP BETWEEN HERITAGE, CULTURE AND TOURISM TO REPRESENT CONTEMPORARY SOCIETY, THE LINK BETWEEN TRADITION AND MODERNITY AND SO A TRILOGY IN PERMANENT CONSTRUCTION.

KEYWORDS: TOURISM. CULTURE. HERITAGE