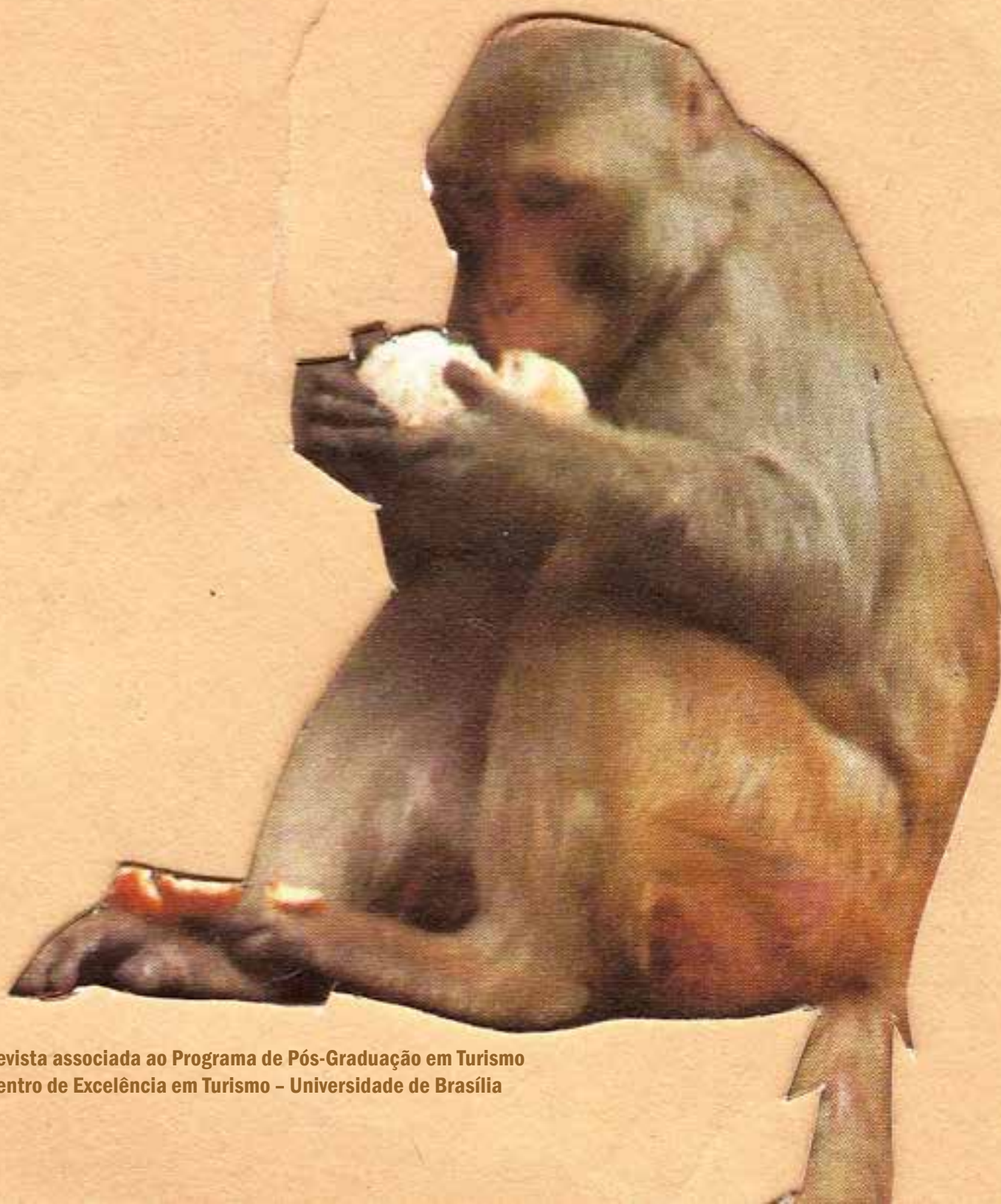


Cenário

#02



Revista associada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo
Centro de Excelência em Turismo - Universidade de Brasília

Revista CENÁRIO

Associada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de Brasília
www.unb.br

É permitida a reprodução dos artigos desde que se mencione a fonte.



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

Reitor: Ivan Camargo

Centro de Excelência em Turismo

Diretor: Neio Campos

Programa de Pós-Graduação

Coordenadora: Maruschka Martini Moesch

REVISTA CENÁRIO

Editora Responsável: Everaldo Batista da Costa

Editora Executiva: Karina Dias

Assessoria: Denise Bacellar

Administração do site: Denise Bacellar e Marcelo Barbosa

Projeto gráfico, capa e diagramação: Wagner Soares

Periodicidade: semestral

Divulgação eletrônica

Endereço para correspondência do CET/UnB

Campus Universitário Darcy Ribeiro - Gleba A, Bloco E - Av. L3 Norte, Asa Norte - Brasília-DF, CEP: 70.904-970

Telefones:

55(61) 3107 6000, 3107 6001, 3107 6002

Fax: 3107-5972

Cenário – Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília,

v. 2, n. 2 (2014). – Brasília

Semestral

1. Turismo. Universidade de Brasília. Centro de Excelência em Turismo.

CONSELHO EDITORIAL

Prof. Dr. Carles Carreras, Universitat de Barcelona, Espanha

Prof. Dr. Everaldo Batista da Costa, Universidade de Brasília, Brasil

Prof. Dr. Gilson Zehetmeyer Borda, Universidade de Brasília, Brasil

Prof. Dr. Harold Goodwin, Manchester Metropolitan University, Reino Unido

Prof. Dra. Karina e Silva Dias, Universidade de Brasília, Brasil

Prof. Dr. Lluís Mundet i Cerdan, Universidad de Girona, Espanha

Prof. Dra. Marília Steinberger, Universidade de Brasília, Brasil

Prof. Dr. Mario Carlos Beni, Universidade de São Paulo, Brasil

Prof. Dra. Marutschka Martini Moesch, Universidade de Brasília, Brasil

Prof. Dr. Neio Campos, Universidade de Brasília, Brasil

Prof. Dr. Nuno Alexandre Abranja, Instituto Superior de Ciências Educativas Ramada, Portugal

Prof. Dra. Regina Schluter, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Argentina

Prof. Dr. Sérgio Molina, Centro de Empreendimento e Innovación, Chile

ARTISTA CONVIDADO



FELIPE CAVALCANTE é designer, ilustrador e artista plástico.

Formado pela Universidade de Brasília (UnB), já teve

seu trabalho exposto em diversas mostras nacionais

e internacionais, como o London Design Festival e o

TrimarchiDG, na Argentina. Professor substituto do

Departamento de Design da UnB, ministrou as disciplinas de

tipografia, ilustração e materiais e processos de impressão.

Faz parte do Irmãos Colagem, projeto coletivo com Júlio

Lapagesse e Pedro Ivo Verçosa desenvolvendo colagens

gigantes. Também com Verçosa é criador da revista

Sem/Registro, curadoria portátil de gravuras em serigrafia.

É um dos fundadores do Mopa, estúdio de design e ilustração.

SUMÁRIO



EDITORIAL, 7

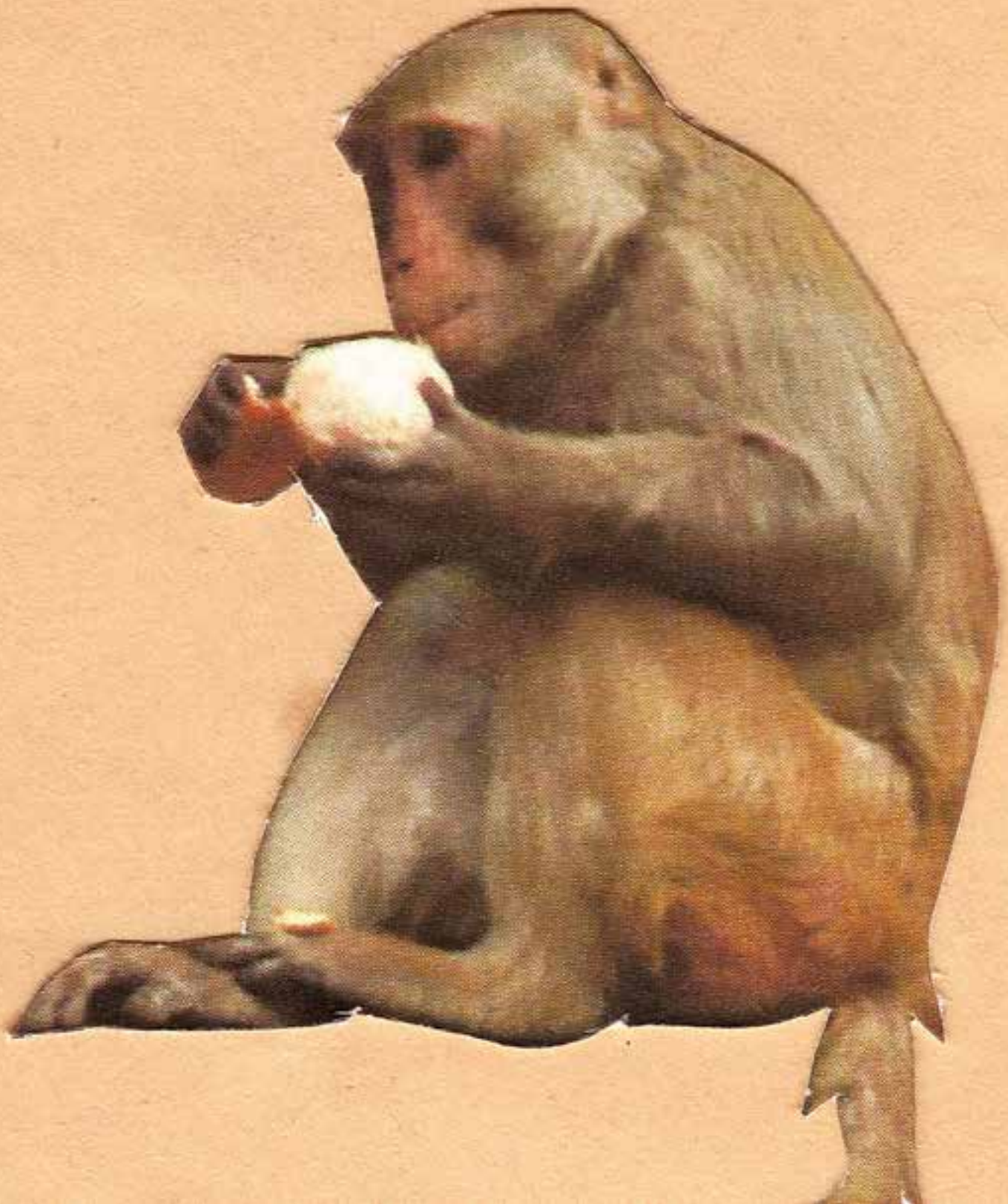
ARTIGOS

- **Turismo versus prospeção de óleo: o caso das Ilhas Baleares, 9**
Tourism versus oil prospecting: the case of the Balearic Islands, 9
María Dolores Sánchez-Fernández, María del Carmen Azpelicueta Criado e María Abril Sellarés
- **A relação entre as agências de viagens e a internet, 29**
The relation between the Travel Agencies and the Internet, 29
Nuno Alexandre Pereira Abranja e Ana Patrícia Ricardo Marques
- **Paisagens e turismo: sobre riscos ambientais naturais e suas vulnerabilidades, 43**
Landscapes and tourism: about natural environmental hazards and their vulnerabilities, 43
Solange T. de Lima Guimarães
- **Empreendedorismo e marketing urbano: a mercadorização do centro “histórico” de Tiradentes, Minas Gerais, na ótica do turismo, 65**
Entrepreneurship and urban marketing: the commodification of the “historic” downtown Tiradentes, Minas Gerais, from the viewpoint of tourism, 65
Rodrigo Neves e Eder Jurandir Carneiro
- **Festa de padroeiro e rituais festivos no território Kalunga: o sentido da tradição em um sítio patrimonial, 83**
Patron saint feast and festive rituals in kalunga territory: the meaning of tradition in a heritage site, 83
Luana Nunes Martins de Lima
- **Pau de Arara e o vai e vêm das romarias: um estudo etnográfico do transporte no município de Canindé – Ceará, 103**
Pau de arara comes and goes pilgrimages ethnographic: a study of transport in the municipality of Canindé, 103
Ivo Luís Oliveira Silva, Gleycy Anne Castro Pereira e Gláudia Mota Portela Mapurunga
- **Controvérsias analíticas sobre a turistificação da musicalidade diamantinense: o caso das vespertatas, 123**
Analytical disputes on the Diamantina’s musicality’s touristification: the case of vespertatas, 123
Mariana da Conceição Alves e Alan Faber do Nascimento
- **Os espaços da hospitalidade e as representações da mineiridade nas repúblicas estudantis de Ouro Preto (MG), 141**
The spaces of the hospitality and the representations of the mineirdade at the student republics of Ouro Preto (MG), 141
Giordana Priscila Costa Silva e Leandro Benedini Brusadin

RESENHA

- **Freire-Medeiros e a análise da favela como um produto turístico - resenha de livro, 163**
Freire-Medeiros’ analysis of the favela as a tourism product – book review, 163
Ricardo de Oliveira Rezende

EDITORIAL



É com satisfação e a convicção da importância da divulgação das pesquisas mais atuais voltadas à área do turismo que publicamos o primeiro número do volume 2 da Revista Cenário, do Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília.

No contexto de uma difusão generalizada de periódicos científicos, em todo o mundo, a Cenário reconhece a importância de uma extrema dedicação para a manutenção do ideal que inspirou a criação do periódico: divulgação de pesquisas inter e transdisciplinares, verdadeiramente comprometidas com a busca do conhecimento no campo do fenômeno socioeconômico do turismo.

A interpretação mais reflexiva do mundo contemporâneo, em diferentes facetas (econômica, política e cultural), requer amadurecimento intelectual, em respeito a métodos e metodologias, os quais dão sentido e sustentam qualquer campo do saber. A partir desse pressuposto, o presente número traz estudos que, à luz da interpretação de distintos pareceristas ou avaliadores, atendem ao compromisso teórico metodológico na construção do campo científico do Turismo e Hospitalidade, fazendo-se a Revista Cenário mais um canal de difusão científica.

Autores europeus e brasileiros somam-se, nesse número, com trabalhos que perpassam as temáticas: 1) turismo no mediterrâneo europeu; 2) importância das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's) no turismo e a sustentação das agências de viagem; 3) riscos ambientais naturais e suas vulnerabilidades em relação com o turismo; 4) empreendedorismo e marketing urbano em cidades históricas; 5) festas tradicionais em território patrimonial; 6) transporte alternativo de passageiros no sertão nordestino do Brasil; 7) turismo e cultura musical como atrativo; 8) hospitalidade em cidade universitária; 9) favela como atrativo turístico.

Certamente, o atual número da Cenário contribui para problematizarmos a atualidade e os rumos do saber-fazer do turismo e no Turismo, em singularizados lugares e particulares contextos sociais. Assim, acredita-se que a publicação estimula a avançar conceitual, teórico e metodologicamente, em consonância com a prática.

Boa leitura!

Prof. Dr. Everaldo Batista da Costa / Editor-Chefe

Prof^a. Dr^a. Marutschka Martini Moesch / Coordenadora do PPG-Tur, CET-UnB



ARTIGOS

Turismo versus prospeção de óleo: o caso das Ilhas Baleares

Tourism versus oil prospecting: the case of the Balearic Islands

María Dolores Sánchez-Fernández¹
María del Carmen Azpelicueta Criado²
María Abril Sellarés³

1 Doutora, Docente e Investigadora na Universidade da Coruña. Facultade de Economía e Empresa. Departamento Análise Económica e ADE. Grupo de Investigación GREFIN. A Corunha, Galiza, Espanha.

2 Docente, Investigadora e Doutoranda de Comercialização e Investigação de Mercados na Universitat de les Illes Balears e Membro do Grupo de Investigación em Direção e Gestão de Empresas e Destinos turísticos, Baleares, Espanha.

3 Docente, Investigadora e Doutoranda na Universidad de Barcelona na área de Didáctica do Património, Museografía e Arquivos. I área de Didáctica del Patrimonio, Museografía y Archivos. Membro de CORE. Barcelona, Espanha.

Resumo

Em 2014, na costa das Ilhas Baleares (Espanha) começam a fazer a exploração de petróleo. Quando sai a luz há possibilidade de desenvolver este tipo de trabalho nesta área geográfica, os defensores (Governo central) e detratores (comunidade local) começam a liberar argumentos tão intensos a favor (eficiência energética) ou contra (ameaças ambientais) de realizar tais tarefas. Mas como chegamos a este ponto? Contextualizarmos este estudo a partir do argumento de que as empresas que se dedicam à extração de petróleo alcancem níveis de legitimidade para o Governo central. Nesta pesquisa analisamos o discurso dos diferentes protagonistas relacionados com a exploração de petróleo (comunidade local, empresas, governo, associações, etc.) por meio das mídias (online). Desenvolvemos neste trabalho um estudo qualitativo em que coletamos os dados através de fontes secundárias. A empresa Cairn Energy atinge suas atividades com o apoio do governo central e contra a comunidade local. A organização utiliza estratégias de legitimidade.

Palavras-chave: Impacto ambiental; Exploração de petróleo; Legitimidade; Média; Grupos de pressão; turismo.

Abstract

In the year 2014, there is intention of oil prospecting on the coast of the Balearic Islands (Spain). Once the possibility of developing this type of work in this area comes to light, defenders (national government) and detractors (local community) begin intense for (energy efficiency) and against (environmental threats) arguments on the consequences of carrying out this kind of task. But how have we reached this point? This study is based on the argumentation of legitimacy that companies engaged in the extraction of oil reach to national government. In this study, the discourse of different interest groups related to oil prospecting (local community, companies, government, associations, etc) is analyzed through the media (online). A qualitative research in which data is collected from secondary sources is also developed. The company Cairn Energy attains its activities with support from the central government as and against the local community. The organization uses strategies of legitimacy.

Key words: Environmental impact; Oil prospecting; Legitimacy; Media; Pressure groups; Tourism.

1. Introdução

As condições geográficas são muitas vezes o capital no desenvolvimento histórico dos povos. No Mediterrâneo, as Ilhas Baleares tornaram-se um apreciado ponto de encontro de povos e culturas, que buscaram refúgio nelas e proteção como uma localização estratégica que ofereceu suas terras (Sureda, 1994).

Da cultura talayótica à Idade Média, as Ilhas Baleares tiveram uma história atribula-

da e escurece após a dominação romana (Sureda, 1994). Muitas coisas aconteceram em sua longa história, mas o que é notável é o conjunto dos recursos naturais, que são dados e determinados pelas condições da área geográfica em que estão localizadas, sua topografia e clima que vamos descrever brevemente nos parágrafos subsequentes. Esses recursos podem ser divididos em: recursos não-renováveis ou sub-superficiais do solo, recursos renováveis e recursos inesgotáveis (Azpelicueta, 2006).

Como fonte não renovável estão os diferentes minerais. Há minerais metálicos improdutivos nas Ilhas tais como o chumbo ou o cobre. Falamos de uma sedimentação de origem marinha das épocas geológicas terciárias e quaternárias encontradas em campos perto do mar em Palma, Lluçmajor, Campos, Santanyi e Ses Salines e depósitos interiores de Manacor, Petra e Muro. Também podem ser encontrados em pedreiras de exploração de argila, areia, brita, calcário e gesso. São apenas utilizáveis e rentáveis para a exploração de lenhite para usinas e pedreiras para obtenção de materiais de construção (Azpelicueta, 2006).

A dependência energética exterior é, em todas as ilhas, quase absoluta. Importam-se todos os combustíveis fósseis, não há energia hidráulica, eólica e energia solar apenas tem presença. Nota-se que há um aumento extraordinário da demanda de energia causada pelo fluxo de turistas (um maior número de pessoas que visitam as ilhas que consomem mais energia). Isso cria um problema, que agravar-se-á ainda mais no futuro. Isto custa muito dinheiro por causa da energia produzida fora de Espanha. Os recursos não são suficientes para o grande número de turistas que visitam as ilhas (Azpelicueta, 2006; CAP, 2007).

Nosso objetivo é analisar o posicionamento das diversas partes interessadas, por meio do discurso, em relação à exploração de petróleo nas Ilhas Baleares.

O trabalho é composto por sete seções. Primeiro apresentamos a legitimidade, então, introduzimos a exploração de petróleo. Na terceira seção os principais aspectos a destacar, nas Ilhas Baleares e no turismo. No bloco quatro a metodologia, e em seguida a análise e discussão dos dados. Na seção seis, tiramos as conclusões e terminamos com as referências.

2. A legitimidade

2.1. Introdução

Nós adotamos a definição de legitimidade segundo Suchman (1995), esta é definida como “uma percepção ou suposição generalizada segundo a qual as ações de uma entidade são cobçadas, ou apropriadas dentro de algum sistema de normas,

valores e crenças socialmente construídas” (Sánchez-Fernández, 2014:75).

A legitimidade é um fator chave para as organizações a sobreviver, crescer e acessar a recursos críticos (Low e Johnston, 2008; Díez, Blanco e Prado, 2010; Baum e Oliver, 1991).

As empresas que alcançam um nível superior de legitimidade tendem a ter uma posição mais favorável para alcançar maiores benefícios. Estes autores salientam que a empresa pode realizar determinadas atividades estrategicamente para conseguir aumentar, manter ou recuperar a legitimidade nas organizações. Interpretam Egels-Zanden e Wahlqvist (2007) que as empresas estão interessadas em ser identificadas como organizações responsáveis, a fim de gerir adequadamente a sua legitimidade, mesmo diante uma de suas partes interessadas. Suchman (1995) identifica três tipos de legitimidade: moral, pragmática e cognitiva. A pragmática baseia-se na prossecução dos interesses da empresa. Sob o prisma da legitimidade moral, a empresa se comporta de acordo com o que se espera dentro do sistema moral (Suchman, 1995). Na cognitiva diz este autor que a organização adota métodos, ideias e aceita profissionais e especialistas nas práticas em que operam as companhias. A empresa deve ter um cuidado especial e uma capacitação de legitimidade.

A alta direção da organização deve estar ciente dos aspectos que afetam a legitimidade da corporação, há de fixar-se em como e quais atividades se desenvolvem e o alcance que eles podem ter para a comunidade (Claasen e Roloff , 2012).

2.2. A estratégia da legitimidade

As empresas podem adotar políticas diferentes, dependendo das necessidades que elas têm no momento: ganhar, manter ou recuperar a legitimidade (Suchman, 1995). Cada uma das estratégias envolve a seleção de diferentes cursos de ação e uma resposta apropriada (recuperação, manutenção ou ganhar legitimidade):

- **Estratégia de Recuperação.** A resposta a este tipo de estratégia é do tipo reativo. A empresa pode seguir três estratégias: padronização de atividades, despreocupação ou a reestruturação.
- **Estratégia de Manutenção.** A resposta da organização é manter a legitimidade alcançada, apesar das mudanças que podem ocorrer. Há duas linhas estratégicas para realizar que são a vigilância e proteção.
- **Estratégia de ganhar legitimidade.** Através desta estratégia a organização aumenta o grau de legitimidade. A empresa pode seguir três estratégias: de sele-

ção, de conformidade ou de modificação.

A má gestão da legitimidade pode ter consequências muito negativas para a organização, atingindo o fracasso, afetando a sobrevivência dos mesmos, por isso, é importante considerar as diferentes estratégias propostas por Suchman (1995) ganhar, manter ou recuperar a legitimidade. A fim de saber como reagir na hora certa para as necessidades da organização.

2.3. Stakeholders e legitimidade

A legitimidade social pode ser considerada como aceitação da empresa por seus stakeholders (Freeman, 1984, Donaldson e Preston, 1995; Rowley, 1997). Segundo Egels-Zanden e Wahlqvist (2007) os principais interessados para as organizações capazes de conferir a legitimidade são: organizações não-governamentais (ONGs), organizações governamentais (autoridade social), os sindicatos e os chamados artefatos (Declaração Universal da ONU, a Declaração de Convenções de Direitos Humanos relacionadas ao trabalho infantil e os direitos das mulheres, entre outros). Há grupos de interesse que reivindicam legitimidade às empresas. Essa demanda ou expectativas podem variar com o tempo (Brammer, Jackson e Matten, 2012).

A avaliação da legitimidade das atividades das organizações muda ao longo do tempo, dependendo de como as partes interessadas a vejam (Claasen e Roloff, 2012). Nem todas as partes interessadas têm o mesmo grau de importância, nem o mesmo grau de poder. Isso faz com que as empresas desenvolvam estratégias diferentes, dependendo dos grupos de interesse, que devam dar atenção (Meyer e Scott, 1983; Suchman, 1995; Clemens e Cook, 1999).

2.4. Práticas de Responsabilidade Social, legitimidade e comportamento socialmente responsável

A construção social está emaranhada e a empresa desenvolve diferentes atividades para organizar (Claasen e Roloff, 2012).

A empresa deve considerar os aspectos que afetam a legitimidade da organização, as atividades da empresa e sua divulgação para as partes interessadas (Claasen e Roloff, 2012).

A perda de legitimidade tem consequências negativas para a organização, levando assim ao fracasso desta (Ahlstron e Bruton, 2001; Chen, Griffith e Hu, 2006). As empresas adotam um comportamento diferente dependendo de onde desen-

volvem as suas atividades (Campbell, 2007) e este comportamento é em maior ou menor grau adotado com base na mediação exercida pelas instituições (Maigan e Raltston, 2002).

As empresas adquirem um papel importante na transformação social, económica e ambiental em áreas onde operam (Martin et al, 2008). Isto faz com que cada vez mais se considere o impacto que as empresas levam em seu ambiente em todas as dimensões. Além das suas ações afetam de forma diferente a percepção de distintos stakeholders.

Nieto (2008) afirma que, enquanto as partes interessadas obrigam as empresas a adotar um comportamento socialmente responsável nas áreas em que atuam, as organizações tomam um maior ou menor grau desse comportamento. Campbell (2007) relaciona a adoção ou não de um comportamento socialmente responsável de uma empresa com recompensas ou punições que as instituições aplicam em qualquer lugar. Maigan e Raltson (2002) argumentam que as instituições medeiam para as empresas adotarem esse comportamento.

Pelas razões expostas, a empresa adota um comportamento socialmente responsável que grandemente afeta a pressão exercida pelos grupos de interesse, instituições mediadoras e da necessidade de uma gestão de legitimidade.

3. As prospeções de óleo

A pesquisa para a busca de hidrocarbonetos são compostos por três fases (Instituto Sindical de Trabajo, Ambiente y Salud, 2012):

Primeira fase. Nesta etapa, a empresa busca a informação de levantamentos, gravimétrica, geológica, sísmica e magnética. A sua pesquisa se estende para a área em que as licenças sejam obtidas e as consideradas relevantes.

Segunda fase. Durante este período os levantamentos acústicos exigidos para aquisição sísmica são executados.

Terceira fase. Nesta última etapa a perfuração de amostras é realizada.

Nas diferentes etapas da pesquisa de óleo, o impacto é de maneira diferente. Existem vários efeitos dependendo da fase onde estão localizados. Abaixo destacamos os principais impactos de exploração de petróleo segundo Aguilar e Brito (2002), Instituto Sindical de Trabajo, Ambiente y Salud (2012) e Oceana (2014):

- Efeitos sobre a biodiversidade marinha produz danos fisiológicos irreversíveis em cetáceos, tartarugas, moluscos, especies protegidas ou regulamentadas por con-

venções internacionais ao nível de pressão sonora (que pode chegar a 250dB) o qual se propaga a grandes distâncias do mar. Provou-se que, depois de receber os níveis mais baixos de 180dB têm consequências, tais como animais mortos.

- Efeitos sobre o fundo do mar com resultados diretos, como a destruição das comunidades do fundo, afetando especialmente as paraeras marinhas. E indiretamente afetam:
 - erosão do recife – as barrejas: as folhas que dificultam o fluxo das ondas; os bancos de areia que protegem a praia;
- Contaminação da água e das praias, devido à fase de perfuração. Nesta fase pode ocorrer uma possível contaminação por lama, lubrificantes, produtos químicos, ácidos minerais que degradam o habitat. Pode entrar diretamente na marinha e nas cadeias alimentares indiretamente, o qual podem atingir os predadores de topo.
- Os impactos sobre as espécies comerciais com consequências sobre a pesca: Alterar o comportamento dos peixes que afeta a acessibilidade de ser pego próximo às áreas de pesquisa sísmica (Gordon et al, 1998).
- A redução das capturas de espécies diferentes.
- Efeitos sobre o turismo e desenvolvimento sustentável.

Estas atividades pesquisas são incompatíveis com os modelos de desenvolvimento sustentável, devido ao número de incidentes acima comentados. Consequentemente ameaçam a diversidade natural da área.

O impacto sobre as áreas protegidas. A destruição de áreas protegidas marinhas naturais. Estas áreas são consideradas como uma das melhores soluções que garantem a regeneração dos ecossistemas marinhos.

4. As Ilhas Baleares e o turismo

A localização geográfica e topográfica: O arquipélago das Baleares é a comunidade menos extensa de Espanha, 5.040,29 km², situa-se na zona central do Mediterrâneo ocidental. Este é um enclave do mediterrâneo, separado por 50 quilômetros de costa leste e 110 km da costa catalã, composto por cinco ilhas principais e várias ilhotas, divididos pela classificação geográfica em dois grupos, o do Norte de Ginástica (Maiorca, Menorca e Cabrera) e ao sudoeste de Ibiza e Formentera (Ibiza e Formentera), também tem algumas ilhotas chamadas Dragonera o Conillera y l'Espalmador (Azpelicueta, 2006; CAP, 2007; Comissão Europeia, 2006; Deffontaines e Durliat de 1958; Guías Masmar, 2006).

Fauna: A área natural protegida é de 40% do país, que abriga uma rica fauna marinha

entre a que podemos citar: atum, sorell, llampuga, gerret, alaxa, tainha, badejo, sargo, pandora, camarões, pescada, camarão, entre outros. Em relação à fauna continental esta caracterizada pela sua pobreza, especialmente na escassa presença de grandes mamíferos que se reduzem a existencia de pequenos vertebrados, como o musaranho, genet, ratão, coelho bravo, morcego, doninha e ouriço (os dois últimos em perigo de extinção), também encontramos cobras, lagartixas, lagartos, sapos, tartarugas e enguias, pantanais e de particular interesse é a presença de anfíbios endêmicos como o Ferreret. Entre as aves foram observados cerca de três centenas de espécies, entre os pardais mais comuns, tordos, verderoles, corujas e poupa. Em lagoas há flamingos, cegonhas e galeirões (Azpelicueta, 2006, Desfontaines e Durliat, 1958).

Flora: A vegetação varia de acordo com as ilhas e da altura, mas existem três espécies que definem a paisagem: a árvore mais abundante e bem aclimatada é o carvalho (*Quercus Elex*), enquanto pinheiro de Alepo (*Pinus halepensis*) domina a costa sul das montanhas, e em toda Ibiza está o *pistancia lestiscus*. Estas três espécies formaram grandes florestas e consideráveis extensões que foram reduzidas quando a agricultura estava-se expandindo. O restante da vegetação são matagais como o garbaió, carritxó, aubo, garrigue formado por peregrinos, ciscus esteva, lavanda, oliveira brava, aroeira e oliveiras; as duas últimas espécies são dominantes no garrigue de Menorca e Ibiza (Azpelicueta, 2006; Desfontaines e Durliat, 1958).

Gastronomia: a gastronomia das ilhas é diferente, rica, diversa, refinada, especial e verdadeiramente Mediterrânea, embora, devido às suas condições geográficas e climáticas, bem como o isolamento físico ou endêmico em toda a variedade de referências históricas e culturais torna-se difícil para se referir a uma única cozinha de Baleares. Mais encontra-se uma ocorrência comum como adoração do porco. As receitas de frutos do mar são banhadas de pescado e marisco, que convivem com carne de porco e cordeiro dentro de uma lista de pratos de arroz, sopas e doces. A cozinha da ilha é rica, criativa e até mesmo ousada na mistura de sabores, difíceis de encontrar pela miscelânea cultural (Azpelicueta, 2006; Guías Masmar, 2006).

População: As Ilhas, em 2013, tinham uma população de 1.111.674 habitantes (IBESTAT, 2014). Na última década, apesar da taxa de natalidade em declínio, as ilhas são ainda enquadradas em um ciclo de crescimento da população expansiva baseada principalmente na chegada de pessoas que vêm de fora das ilhas, seja estrangeira ou do continente. Embora o tipo de economia do setor turístico, a população flutuante é muito importante em certas épocas do ano. A distribuição da população é muito desigual, concentrando-se principalmente na ilha de Mallorca

e, basicamente, em 8 municípios, que agrupados têm 65% da população total: Calvia, Inca, Lluçmajor, Manacor e Palma (onde a metade da população de Baleares vive em Mallorca), Ciutadella e Mahon, Menorca, Vila d' Eivissa e Ibiza (Azpelicueta, 2006; CAP, 2007).

4.1. O turismo nas Ilhas Baleares

O turismo é a grande conquista do lazer como uma herança comum e não como um privilégio de classe, está ligado a três ofertas: o sol, a arte e o conforto. O Mediterrâneo é uma das maiores concentrações de arte no mundo, para enobrecer seus variados pontos turísticos e paisagens luminosas, ao longo do qual abriga esplêndidas praias, como recurso atraente, imersos em uma atmosfera reconfortante (Porcel, 1996). O processo de mudança sofrida nas áreas turísticas da Europa, especialmente no Mediterrâneo, é descrito por Christaller (1963). A descrição de Christaller (1963) é perfeitamente aplicável ao caso das ilhas (Azpelicueta, Ramon e Serra, 2013).

Para Baleares o turismo tem trazido uma enorme riqueza a um aumento do padrão de vida nas ilhas, um catalisador para a cultura, o património e as relações pessoais, uma pequena síntese do mundo, que é o seu charme e apelo. Por outro lado, existe uma série de consequências negativas, mas por décadas ocupou o primeiro lugar no PIB espanhol superior à meia renda per capita⁴ nacional e europeia. Mas muitos são os pontos fracos do sistema turístico de Baleares em que as massas de turistas exercem poder junto ao estabelecimento mais alto dos empresários locais e estrangeiros, um modelo estrutural com um investimento desproporcional e com infraestruturas pouco legítimas (Azpelicueta, 2009). Porcel (2004) aponta que o mercado de turismo era tão rentável como variável, e nas Ilhas Baleares ao ter que explorar os preços para chegar a doze milhões de visitantes por ano, o benefício depende da manutenção da massa, porque o menor erro constituirá problemas.

A paisagem definida pelas características externas e os aspectos da superfície da Terra é determinada por fatores naturais como solo, clima, topografia, vegetação e fatores humanos, como a construção, drenagem, obras de todos os tipos, entre outros (Azpelicueta, 2006, Comissão Europeia, 2006), este é o grande potencial de valorização que conta o conjugado arquipélago das Baleares com o seu ambiente e seus recursos.

Por condicionamento econômico, pode-se distinguir dois tipos de paisagens, litoral e interior. O primeiro sofreu uma grande transformação desde o advento do

4 A renda per capita ou rendimento per capita é um indicador que ajuda a saber o grau de desenvolvimento econômico de um país ou região.

turismo de massa, a partir dos anos 50, mas não teve um desenvolvimento igual para toda a costa, e a segunda apenas sofreu variação tomando um caráter agrícola forte. As atrações cênicas oferecidas pelas costas de Baleares são muito altas, constituem uma das principais atrações turísticas, tem cerca de 278 praias (100 km e de 3,6 milhões de m² de área útil). Este conjunto tem sido um dos principais impulsionadores do turismo, o principal motor da economia das ilhas (Azpelicueta, 2006; CAP, 2007; Comissão Europeia, 2006).

Os números do turismo em Baleares sofreram altas quedas, ano após ano, apenas afetados pela crise no início de 1990, 2000 e 2008. Apesar de que nunca há menos do que onze milhões de visitantes turísticos com ganhos elevados para o setor e para o balanço Espanhol de pagamentos. O arquipélago tem enchido páginas de uma história de pioneirismo, constitui um laboratório de teste e erro contínuo onde os pontos positivos e negativos do turismo tem servido para o aprendizado de muitos outros países, um ecossistema constante que tem sobrevivido muitos obstáculos, com identidade econômica e social amplamente consolidada (Azpelicueta, 2009; Deffontaines e Durliat, 1958).

5. Metodologia

A fim de analisar as notícias procedentes de diferentes fontes sobre a atividade de exploração de petróleo ao longo da costa das ilhas, pretende-se analisar toda a notícia espalhada entre 06/12/2013 (início do processo da empresa Cairn Energy) até 12/05/2014 (datas atuais, antes das eleições europeias) que aparecem no Jornal de Ibiza, e todos os links relacionados os reportajes derivados em diferentes blogs, sites e redes sociais, coletando as posições correspondentes aos diferentes stakeholders. As opiniões expressas nos mídias são jornalistas, associações comunidade local, empresários e políticos.

Consideramos o uso da mídia são apropriados com base em outros estudos (Igartua, Muniz e Otero, 2006; Martínez, 2008). Estes permitem coletar opiniões livres de diferentes pessoas, sem ser condicionado a uma resposta socialmente aceitável. Na metodologia foi elaborado um livro de códigos (com suporte de software webQDA): quem falou, qual era a sua posição, argumentos de apoio e data em que a comunicação foi desenvolvida.

Uma vez delimitado o tempo, fazemos a pesquisa que reflete o posicionamento, achando que 5% das notícias estão relacionadas com as informações do anúncio da pesquisa realizada pela concessionária e outras correspondem com o anúncio de apoio para as pesquisas pelo partido do Governo Central alegando os benefícios

da atividade. 95% restante vêm da rejeição da exploração de petróleo por parte de grupos locais: empresários, plataformas representativas, o governo local e os cidadãos.

Após a delimitação das notícias, foi feita a análise das mesmas, destacando os principais argumentos a favor e contra a exploração de petróleo nas Ilhas Baleares, expressas pelos diferentes intervenientes. Também analisam o desenvolvimento dos argumentos discutidos, aprovando o posicionamento baseando-se em marcos enquadrados em assuntos políticos.

6. Análise e discussão dos dados

Recolhemos abaixo um resumo das notícias analisadas e seu impacto, os votos e o interesse despertado durante todo o período de 12/06/2013 até o 12/05/2014:

Número de notícias⁵ analisadas: 100

Total votos⁶: 69

Total Tweet⁷: 674

Total recomendações em Facebook: 8.110

Destaque-se que a notícia chegou a níveis mais elevados em 27/02/2014, a qual espalhou do Governo Central, após o fim do prazo para comentar as alegações, com referência à Avaliação de Impacto Ambiental da primeira fase de exploração de petróleo. Isto ocorre quando o Partido Popular no Congresso pronuncia-se contra a paralização desta atividade. A notícia relacionada tem o título: O PP votou no Congresso contra a paralização (Diario de Ibiza, 2014). Este tem 236 tweets, com os seus comentários expressando a sua rejeição, e atinge os 2.909 recomendações no Facebook, causando um alvoroço entre os diferentes intervenientes a nível local. Ao analisar os dados, a comunidade, o ambiente que molda as Ilhas Baleares, tanto a nível representativo das instituições, os empresarios assim como os cidadãos se opõem à exploração de petróleo. Estes grupos discutem os problemas expressos abaixo:

- Perigo do património ambiental;
- Os danos para a economia local como um todo;
- Efeito sobre o turismo e a imagem das ilhas;
- As ameaças ambientais;

5 Noticias que aparecem no Jornal de Ibiza, e todos os links relacionados com as noticias derivadas em diferentes blogs, sites e redes sociais.

6 Voto é um processo de decisão no qual os eleitores expressam a sua opinião por meio de um voto de maneira predeterminada.

7 Nome utilizado para designar as trocas de mensagens utilizadas na rede social Twitter.

- A rejeições sociais, empresariais e institucionis do eixo local.

Como soluções colocadas por estes grupos de interesse, em função da falta de energia, seria mudar o modelo de energia em um foco baseado em energia renovável. Denote que à princípio nenhum estudo de impacto ambiental apoia este tipo de ações na área. Consequentemente, este estudo é solicitado à empresa concessionária no final de 2013. Então pode-se apresentar as alegações pertinentes. Em maio de 2014, o Governo Central anunciou que decidiriam após o verão, se ele aceita ou nega as reivindicações do estudo do impacto ambiental.

Observe também que se manifesta em diferentes notícias analisadas, que enfatizam uma e outra vez a posição unânime da população e os vários representantes (Governo local) que vivem nas Ilhas Baleares. Em todas as comunicações seguem a mesma linha, as instituições, o poder político local são suportados por todos os cidadãos, o ambiente e os negócios, bem como os seus representantes ou através de parcerias.

Para exteriorizar esse posicionamento são organizados vários tipos de eventos com a finalidade de tentar influenciar as decisões do Governo Central, em relação à exploração de petróleo, entre os quais estão:

- Festas e eventos de vários tipos para recolher assinaturas e manifestar-se contra esta posição;
- Uso das novas tecnologias como sites, blogs e, especialmente, os mais utilizados para obter comentários e opiniões dos cidadãos são as redes sociais. Também é usado como um meio de representação de parcerias e plataformas, já que os habitantes locais não se sentem ouvidos pelo Governo central.

Além disso, uma vez que a posição do Governo central justifica a exploração de petróleo com base nos seguintes argumentos:

- Essas atividades estão sob a supervisão de procedimentos rigorosos;
- O balanço energético na Espanha é o mais deficiente de toda a Europa;
- É necessário para a recuperação da indústria, para que possa ajustar a sua estrutura de energia para os países vizinhos;
- Com estas atividades conseguiriam a redução de custos de energia;
- Poderia ser alcançado através da exploração destas atividades a fim de alcançar a eficiência energética.

Na análise das notícias publicadas neste período limitado de datas, enfatizamos que, com o tempo, os estudos específicos que afirmam as associações, especialmente os argumentos são baseados na área ambiental, o que tem maior apoio legislativo, a fim de abordar a argumentação apoiada no raciocínio jurídico. Na se-

quência da decisão de aceitar, pelo Governo Central, a realização de atividades de exploração de petróleo afetam a informação específica do meio ambiente. Neste caso, a exigência de Análise de Impacto Ambiental (a partir de final de 2013), uma vez que já deu a aprovação para a realização do trabalho de exploração de petróleo, é o grande peso argumentativo assegurando aqueles que argumentam contra a exploração de petróleo.

Uma vez que a empresa Cairn Energy é concessionária o debate é: qual é a melhor maneira de parar essas atividades?. O único caminho de encontrá-lo é através da avaliação negativa do relatório de impacto ambiental da exploração de petróleo.

Alguns coletivos (associações, governo local, comunidade, empresários) solicitam que esta concessão seja negada imediatamente após o ano de 2014, mostrando as mesmas alegações contidas nos parágrafos acima. Este é o momento em que o poder político (neste caso, o PP) nas Ilhas Baleares está contra o cancelamento imediato, propondo-o a ser feito por meios legais. A motivação é que uma vez que a execução destas atividades é concedida, a suspensão imediata implica custos, e o direito à compensação por não ser capaz de realizar as tarefas para as quais a empresa tem a concessão.

7. Conclusões

Primero notar que um dos maiores desafios que se apresentam para o homem, nesta era tecnológica, é preservar a biodiversidade de espécies e ecossistemas que compõem a nossa biosfera; a chave para o enfrentamento é fazer o uso sustentável dos recursos naturais.

O governo está a esconder-se por trás da defesa da exploração de petróleo em seus argumentos, como o apoio à crise energética que estamos há experimentar na Espanha, no presente e no futuro, pensando em todo o país. Alega ainda a realização dessas atividades em que eles chamam através de procedimentos rigorosos.

A prospecção que fora anunciada para as costas das Ilhas Baleares tem uma série de impactos negativos, tanto na área local como em grandes distâncias. Afetando especialmente o setor da pesca, o setor do turismo, o desenvolvimento sustentável da Ilha e ao meio ambiente, todos têm um impacto económico negativo no suporte atual de empresas e os cidadãos da ilha. Realizar esse tipo de trabalho afeta a ambas as espécies, habitats e ecossistemas regulamentadas por lei em níveis diferentes.

A rejeição é unânime das instituições sociais, empresas locais e cidadãos das Ilhas Baleares. Sem ser assim do lado do Governo Central, o qual apoia este tipo de ati-

vidades com base no impacto econômico positivo no nível local para o desenvolvimento deste trabalho. Também argumentam o benefício nacional na obtenção de hidrocarbonetos que, conseqüentemente, produzem diminuição da dependência energética de outros países.

Referindo-se à análise da estratégia que adota a empresa, baseando-nos em Suchman (1995) consideramos que a empresa apoia-se na estratégia pragmática, buscando o interesse próprio da empresa.

A alta direção da organização deve estar consciente dos aspectos que afetam a legitimidade da corporação, para definir como e quais objetivos e atividades e desenvolvimento que eles podem ter para a comunidade (Claasen e Roloff , 2012). Neste caso, Cairn Energy beneficiar-se-á das decisões do poder político central, aquele que tem a maior influência e pode tomar a decisão de realizar tais atividades contra o ambiente local (instituições, empresas e sociedade em geral). Acreditamos que a estratégia seguida pela empresa Cairn Energy é ganhar legitimidade sob a linha de seleção estratégica, neste caso, o grupo de interesse identificado com maior tomada de decisão e apoio. Isto o leva a fazer com base em argumentos que o proprio poder político pode ter para ganhar a legitimidade deste grupo de interesse, o governo central. Tudo sob os argumentos de dissuasão, legítimos em suas atividades para o bem de toda a sociedade espanhola e a indústria em geral, com o fim de atender às necessidades específicas, devido à atual crise económica que o país enfrenta e de energia, tanto atuais como futuras onde Espanha se encontra e onde se encontrará no futuro. Conseqüentemente, subordinam estes poderes políticos outros aspectos, os quais acha que tem que sacrificar, para o bem não só das ilhas, também com argumentos orientados em benefício de todo o país. Demonstrações não convincentes para as pessoas, empresários e representantes do poder político local.

A empresa Cairn Energy escolheu como um dos principais interessados a autoridade social (stakeholders identificados como Egels-Zanden e Wahlqvist (2007)), neste caso, tem poder de decisão, proporcionando o equilíbrio, ganhando o maior peso dos interesses nacionais contra os interesses locais.

A avaliação do que é legítimo e o que pode ser considerado como ilegítimo podem mudar ao longo do tempo, dependendo de como as partes interessadas o assumem (Claasen e Roloff, 2012). Acreditamos que esta afirmação destes dois autores é o que aconteceu em relação à exploração de petróleo nas Ilhas Baleares. Ahamos que em uma situação de prosperidade económica do país, no que a crise energética não exerce pressão sobre os pontos positivos que podem desenvolver esta atividade, tais ações não seriam legítimas aos olhos das partes interessadas, que neste caso são as

que mais influenciam na decisão, como é o poder político, o Governo Central.

Finalmente notar que as empresas adquirem um papel relevante na transformação social, econômica e ambiental nas áreas onde operam (Martin et al, 2008). Seguindo esses autores são os mesmos argumentos que suportam os representantes locais, empresas e ambiente assim como a sociedade das ilhas, neste sentido, a implementação dessas atividades implicam uma modificação com um grande impacto negativo sobre a transformação econômica, social e ambiental. Consideramos de interesse como futura linha de pesquisa o uso de outras metodologias qualitativas, entrevistas em profundidade recolhendo as percepções dos diferentes stakeholders. Dadas as limitações, especialmente em termos de números no que envolve uma entrevista em profundidade, propomos também combinar este estudo com metodologias quantitativas. Desafiamos a realizar um questionário coletando as opiniões e as percepções das diferentes partes interessadas, podendo assim coletar um maior número de respostas, a fim de obter um estudo mais completo.

Referências

AGUILAR, N.; BRITO, A. Cetáceos, pesca y prospecciones petrolíferas en la Islas de Canarias. Universidad de la Laguna: Islas Canarias, 2002.

AHLSTROM, D.; BRUTON, G.D. Learning from successful local private firms in China: Establishing legitimacy. *Academy of Management Executive*, v.15, n.4, 2001. 72-83 p.

AZPELIQUETA, M.C. Illes Balears, el nostre territori. Trabajo Final del Curso de Doctorado de la Universitat de les Illes Balears. 2009.

AZPELIQUETA, M.C. Un proyecto de economía e integración social de inmigrantes en las Islas Baleares. Trabajo Final del Curso de Experto Profesional: Formación de Agentes de Inserción Sociolaboral II de la Universidad Nacional de Educación a Distancia. 2006.

AZPELIQUETA, M.C.; RAMON, J. SERRA, A. Referencias míticas en la imagen turística: El caso de Ibiza. Comunicación del VI Congreso Internacional de Turismo en el Instituto Tecnológico de Leiria. Peniche, Portugal. 2013.

BAUM, J.A.; OLIVER, C. Institutional linkages and organizational mortality. *Administrative Science Quarterly*, v.36, n.2, 1991. 187-219 p.

BRAMMER, S.; JACKSON, G.; MATTEN, D. Corporate Social Responsibility and institutional theory: new perspectives on private governance. *Socio-Economic Review*, v.10, n.1, 2012. 3-28 p.

CAMPBELL, J.L. Why would corporations behave in socially responsible ways? An

institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, v.32, n.3, 2007. 946-967 p.

CAP -CONSELLERIA D'AGRICULTURA I PESCA – CAP DEL GOVERN BALEAR-. Programa de Desarrollo Rural de les Illes Balears 2007-2013. 2007.

CHEN, H.; GRIFFITH, D.; HU, M. The influence of liability of foreignness on market entry strategies: An illustration of market entry in China. *International Marketing Review*, v.23, n.6, 2006. 636-649 p.

CHRISTALLER, W. Some considerations of tourism location in Europe: the peripheral regions-underdeveloped countries-recreation areas. *Regional Science Association Papers*, XII Land Congress. 1963. 95-103 p.

CLAASEN, C.; ROLOFF, J. The Link Between Responsibility and Legitimacy: The Case of De Beers in Namibia. *Journal of Business Ethics*, v.107, n.3, 2012. 379-398 p.

CLEMENS, E. S.; COOK, J. M. Politics and institutionalism: Explaining durability and change. *Annual Review of Sociology*, v.25, 1999. 441-466 p.

COMISIÓN EUROPEA. Las acciones estructurales comunitarias en España y en sus comunidades autónomas. 2006.

DEFFONTAINES, P.; DURLIAT, M. La España del Este: Cataluña, Baleares, Valencia. Barcelona: Editorial Juventud, 1958.

DIARIO DE IBIZA. El PP vota en el Congreso en contra de paralizar las prospecciones. Disponible em: <http://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2014/02/27/pp-vota-congreso-paralizar-prospecciones/677981.html> (21/04/2014). 2014.

DÍEZ, F.; BLANCO, A.; PRADO, C. Medición de la legitimidad organizativa: El caso de las Sociedades de Garantía Recíproca. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, v.13, n.43, 2010. 115-143 p.

DONALDSON, T.; PRESTON, L. The stakeholder theory of the modern corporation: Concepts, evidence and implications. *Academy of Management Review*, v.20, 1995. 65-91 p.

EGELS-ZANDÉN, N.; WAHLQVIST, E. Post-partnership strategies for Refining corporate responsibility: The business social compliance initiative. *Journal of Business Ethics*, v.70, n.2, 2007. 175-189 p.

FREEMAN, R. *Strategic management: A stakeholders approach*. Zürich: Pitman Fremdenverkehrslehre, 1984.

GORDON, J.C.D.; et al. The effects of seismic on marine mammals. *Seismics and Marine Mammals Workshop*. London: Ed. G. Hampson. UKOOA, 1998.

Guías Masmar. Generalidades de las Islas Baleares. <http://www.masmar.com> (21/06/2006). 2006.

Ibestat, Institut d'Estadística de les Illes Balears. <http://ibestat.caib.es/> (1/05/2014). 2014.

IGARTUA, J.J.; MUÑIZ, C.; OTERO, J.A. El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa y la televisión española. Una aproximación empírica desde la teoría del Framing. *Global Media Journal*, v. 3, n. 5, 2006. 1-15 p.

INSTITUTO SINDICAL DE TRABAJO, AMBIENTE Y SALUD. Informe sobre los principales impactos de las prospecciones petrolíferas en el mar. España: CCOO, 2012.

LOW, B.; JOHNSTON, W. Securing and managing an organization's network legitimacy: The case of Motorola China Industrial Marketing Management. *Industrial Marketing Management*, v.37, n.7, 2008. 873-879 p.

MAIGAN, I.; RALSTON, D.A. Corporate social responsibility in Europe and the U.S: Insights from businesses' self-presentations. *Journal of International Business Studies*, v.33, n.3, 2002. 497-514 p.

MARTÍN, I.; et al. La responsabilidad social corporativa en los puertos deportivos y clubes náuticos de Andalucía: Diagnóstico y propuestas de mejoras para la innovación turística. Sevilla: C. y D. Consejería de Turismo, 2008.

MARTINEZ, R. La investigación sobre ciberperiodismo en España: tendencias, resultados y perspectivas. In López García, G. (Ed). *La recuperación de la información en los periódicos digitales valencianos (99-140)*, Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. 99-140 p. 2008.

Meyer, J. W.; Scott W. R. The organization of the societal sectors. In MEYER, J.W.; W. Scott, W. (Eds.) *Organizational Environments: Ritual and Rationality (100-121)*, Beverly Hills, CA: Sage. 1983. 100-121 p.

NIETO, M. La difusión de las prácticas de responsabilidad social en las empresas multinacionales. *Pecunia*, v.1, n.extra, 2008. 33-64 p.

OCEANA. Alegaciones a los permisos de Investigación de hidrocarburos Benifayó, Gandía, Alta Mar 1 y Alta Mar 2. Madrid:Oceana, 2014.

PORCEL, B. *Mediterráneo, tumultos del oleaje*. Barcelona:Editorial Planeta, 1996.

PORCEL, B. *Olympia a medianoche*. Barcelona:Editorial Planeta, 2004.

REBOLLO-MATÍAS, A. *Historia del arte y patrimonio cultural en España*. Edición especialmente orientada al sector turístico. Madrid:Editorial Síntesis,1997.

ROWLEY, T. Moving beyond dyadic ties: a network theory of stakeholder influences. *Academy of Management Review*, v.22, 1997. 887-910 p.

SÁNCHEZ-FERNÁNDEZ, M.D. La Teoría Institucional y la Responsabilidad Social Corporativa en el sector hotelero en la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal. Tesis de Doctorado. Universidad de A Coruña. Facultad de Economía y Empresa. 2014.

SUCHMAN, M. Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, v.20, n.3, 1995. 571-610 p.

SUREDA, J. La España gótica: Baleares. Vol. 5. Madrid: Ediciones Encuentro, 1994.



A relação entre as agências de viagens e a internet

The relation between the Travel Agencies and the Internet

Nuno Alexandre Pereira Abranja
Ana Patrícia Ricardo Marques

1 Professor do Instituto Superior de Ciências Educativas, nunoabranja@gmail.com

2 Professora do Instituto Superior de Ciências Educativas, anaprmarques@gmail.com

Resumo

O futuro dos tradicionais intermediários turísticos assenta numa forte concorrência que passa não apenas por uma questão de sobrevivência mas também de liderança, dominado por modelos organizacionais virtuais com grande capacidade de resistência, de mudança e de sistemas interativos inovadores ancorados no potencial endógeno das pessoas, dos territórios e nas entidades que afirmam as diferenças legítimas e atraem os visitantes de forma sustentável. A enorme quantidade e informação a ser organizada, gerida, distribuída e comunicada, bem como a grande influência que a internet veio causar em termos de mudança profunda nos conceitos do negócio, nos métodos organizacionais e sobretudo na gestão de oferta das agências de viagens e operadores implica o estudo da articulação entre estas empresas e a via online. O presente trabalho visa obter e avaliar a opinião de diretores de agências de viagens sobre o nível de utilização das TIC no negócio e conhecer as suas preocupações quanto ao futuro do sector. O artigo está estruturado por uma fundamentação teórica composta por abordagens alusivas ao funcionamento dos intermediários turísticos tradicionais (operadores turísticos e agências de viagens) e uma componente empírica onde se descreve a metodologia utilizada que envolveu a aplicação presencial de inquéritos por entrevista a sete responsáveis de empresas de intermediação turística, a análise e interpretação dos dados e as respetivas conclusões.

Palavras-chave: Turismo. Agências de Viagens. Operadores Turísticos. Internet.

Abstract

The future of traditional tourism intermediaries is based on a strong competition not just for a survival matter but also leadership, dominated by virtual organizational models with great resilience, of change and innovative interactive systems anchored in the endogenous potential of the people, territories and in the entities claiming the legitimate differences and attract visitors in a sustainable way. The huge amount of information to be organized, managed, distributed and communicated and the great influence that the internet has caused in terms of profound change in business concepts, in organizational methods and especially in the management of travel agencies and tour operators offer, implicates the study of the articulation between these companies and the online way. This work aims to obtain and evaluate the opinions of travel agencies directors on the level of IT use in business and their concerns about the future of the sector. This paper is structured by a theoretical frame composed of allusive approaches to the functioning of the traditional tourism intermediaries (tour operators and travel agencies) and an empirical component which describes the methodology that involved the application of an interview to a seven tourism intermediation companies directors, analysis and interpretation of data and our conclusions.

Keywords: Tourism. Travel Agencies. Tour Operator. Internet.

1 Introdução

O Turismo evidenciou-se nas últimas décadas como uma das principais atividades económicas do mundo. O seu alcance e as implicações são objeto de apreciação e avaliação dependentes não apenas das pessoas que observam a atividade e dos instrumentos utilizados para tal, como também dos objetivos delineados. O turismo é avaliado de diversas formas e muitas vezes com interpretações díspares, onde a opinião de quem acompanha e observa a atividade e os seus efeitos não é seguramente uniforme. O que para uns é positivo e vislumbra uma evolução sustentável, uma oportunidade de negócio, um equilibrador das balanças dos países recetores, um gerador de riqueza, bem-estar e emprego e um facilitador de qualidade de vida (Santana, 1997), para outros apresenta-se como uma realidade negativa e dispensável, um fator de ocupação de espaços, um predador do meio natural e social com gravosas consequências no património cultural do destino (Greenwood, 1992; Cunha, 2012).

O ponto que interessa estudar neste artigo está nuclearmente associado à dos intermediários turísticos tradicionais, isto é, as agências de viagens e os operadores turísticos. A visão que estes tinham do turismo até há relativamente pouco tempo era, de alguma forma, baseada na dicotomia «servir o turismo» e «servir-se do turismo». Se por um lado estas empresas servem o turismo através da organização, promoção e comercialização de produtos turísticos desenvolvendo economicamente as regiões-destino, por outro serviam-se do turismo incentivando desmesuradamente o crescimento insustentável de determinadas zonas sob o propósito de lucro rápido.

Independentemente da perspetiva de cada uma daquelas empresas, o certo é que as agências de viagens e os operadores turísticos foram os grandes responsáveis pela dimensão e projeção que o turismo alcançou e detém nos dias de hoje e a elas devemos o respeito e a consideração merecidos por proporcionarem fontes de rendimento a muitas regiões do globo. Ora hoje confrontam-se com uma fase de instabilidade causada por inúmeros fatores relacionados com a conjuntura económica e social, bem como a vertiginosa evolução das novas tecnologias. É neste cenário, ameaçador ou oportuno, que desenvolvemos esta investigação com vista à identificação das avaliações que os responsáveis destas empresas fazem da situação atual e quais as estratégias pensadas para enfrentar as vicissitudes futuras.

Assim, o objetivo central deste trabalho é identificar as opiniões dos responsáveis das agências de viagens e turismo relativamente ao futuro digital destas empresas. Para o efeito definimos a pergunta de partida: Passará o futuro da operação e agência turística pelo meio 'digital'? Esta foi elaborada depois da revisão bibliográfica que se levou a cabo, onde se registou que as tecnologias adaptadas a esta subárea

do turismo eram o ponto mais comum entre os autores estudados. Neste seguimento, definimos quatro questões problemáticas que nortearam a nossa investigação:

Q1: A internet será a maior ameaça das micro e pequenas agências de viagens e turismo.

Q2: A internet será encarada como uma oportunidade para as médias e grandes agências de viagens e turismo.

Q3: As agências de viagens e turismo utilizam a internet mas de forma pouco proveitosa.

Q4: As agências de viagens e turismo consideram que o futuro passa mais pela qualidade do serviço que pela internet.

O presente artigo compõe-se assim por uma análise documental, em que abordaremos a situação atual dos canais tradicionais de distribuição turística e as intrincadas relações entre eles, bem como as elevadas transformações a que os mesmos foram forçados. Em seguida, apresentaremos a metodologia utilizada e a análise aos resultados obtidos através do instrumento aplicado aos responsáveis de empresas intermediadoras de turismo e por fim as conclusões e recomendações.

2. A situação atual da Intermediação Turística

As agências de viagens e os operadores turísticos, tal como em muitas outras subáreas do turismo, têm tentado adaptar-se à modernização e aos fatores decisores da qualidade premente. Verificamos atualmente a existência de menos burocracia, procedimentos mais rápidos e eficazes, o acesso mais facilitado aos seus pontos de venda, maior qualificação dos técnicos de turismo face à crescente exigência e informação do turista, novos produtos e novos destinos, mais personalização do serviço, maior usufruto dos canais de informação e comunicação. Estas são algumas derivas que fazem a atividade turística adaptar-se rapidamente à globalização e adotar as tecnologias como um forte parceiro de negócio (Abranja et al, 2012).

O decreto-lei nº. 199/2012, que estabelece o regime de acesso e de exercício da atividade das agências de viagens e turismo, veio adicionar mudanças determinantes para estes players, não apenas por apresentar novas regras relativas à constituição e financiamento do fundo de garantia de viagens e turismo, mas fundamentalmente por promover a eliminação da distinção entre agências de viagens e turismo vendedoras e organizadoras. Desta forma, uma vez que as diferenças de funções entre agências de viagens e operadores turísticos vão se dissipando, usaremos em diante

o termo Agências de Viagens e Turismo quando nos referimos a ambas as empresas.

Segundo Albert (1990, citado por Abranja et al, 2012), as agências de viagens e turismo devem assumir três funções nucleares: Mediadora, Assessora e Produtora. A primeira é a atividade que caracteriza este tipo de empresa como intermediária na atividade turística, devendo o agente atuar simultaneamente em nome dos produtores e dos consumidores turísticos; A segunda desenvolve-se sustentada na complexidade das viagens e na necessidade de o agente ser um especialista, um conselheiro, um assessor dos turistas menos experientes apoiando-o a entender o necessário. Isto implica que o agente de viagens e turismo tenha um amplo conhecimento de viagens (McIntosh, Goeldner & Ritchie, 1995); a última função listada, enquadra-se nos dias de hoje e explica-se pela contratação dos serviços e/ou bens de diversos produtores pelas agências de viagens e turismo, com o objetivo de criar, promover e comercializar os seus próprios produtos turísticos.

É-nos então possível avançar que as agências de viagens e turismo devem assumir as três funções principais atrás anunciadas, para fazer frente a um mundo cada vez mais global e de maior dificuldade em satisfazer. Para Buhalis (2004), as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) têm originado transformações relevantes na organização, distribuição e operacionalização turísticas.

Por ser um canal de distribuição e de comunicação, a internet provoca o princípio de uma renovação, quer em termos de padrões de consumo implementados na sociedade, quer também no processo comunicacional global entre pessoas e organizações (Varela & Silva, 2010).

O Turismo é um fenómeno que «empurra» gradualmente as suas fronteiras para cada vez mais longe, incrementando a sua dimensão e envolvendo um maior número de ativos no seu sistema (Buhalis & Costa, 2006) e tem obtido um maior volume em todos os níveis proporcionando novas conceptualizações (Jafari, 2000).

Na atividade turística, que vive da relação de pessoas com espaços, a informação assume um papel fundamental no processo de tomada de decisão e onde a internet se revela como vital enquanto condutor no processo de divulgação da informação. É função do técnico de turismo conseguir “dar corpo” ao sonho, socorrendo-se muitas vezes dos materiais promocionais impressos mas cada vez mais aos meios digitais que tem ao seu dispor (Abranja et al, 2012).

Assim, é importante reter que o turista é cada vez mais autónomo, consciente e conhecedor das propostas da concorrência, capaz de fazer qualquer busca individual sem ter de recorrer obrigatoriamente aos serviços de profissionais.

Segundo Varela e Silva (2010), a utilização das TIC filtra no processo de troca de saberes novas formas de turismo, que se prendem com o fato de o turista envolver-se muito mais na compra devido ao livre acesso a um maior manancial de informação que tem hoje, desenvolvendo ele próprio o seu produto turístico à medida das suas necessidades. De acordo com Abranja et al (2012) os turistas estão cada vez mais exigentes tornando o mercado mais competitivo, pelo fato de facilitar o acesso dinâmico a um conjunto de produtos e permitir a comparação imediata. A internet revela-se neste contexto como um instrumento poderoso para a disputa dos mercados, representando uma oportunidade para os consumidores que beneficiam de uma escolha mais alargada de produtos, serviços e preços, levando-os a adquirirem novos métodos de compra dos produtos desejados. Para as organizações encaramos a internet também como uma oportunidade, já que permite difundir sua área de atuação para novos mercados, disponibilizar diferentes produtos e serviços e competir ao mesmo nível com empresas semelhantes de qualquer parte do globo, pois está contactável num espaço virtual a qualquer hora, em qualquer dia, ultrapassando as diferenças horárias e até linguísticas (Magalhães, 2007).

Para Abranja et al (2012), o recurso ao meio online para a comercialização de produtos turísticos começou a ser uma estratégia utilizada devido à força que a internet veio a ganhar a nível mundial, criando uma série de vantagens para todas as subáreas da atividade. As empresas ligadas à comercialização de viagens apostam cada vez mais no comércio eletrónico para aumentar a quota de mercado, chegarem mais longe e tornarem-se crescentemente competitivas.

Tudo o que referimos anteriormente faz-nos certamente refletir sobre a necessidade de haver intermediários se o turista puder reservar diretamente (Abranja, Costa & Martins, 2010). É sob esta reflexão que desenvolvemos o trabalho empírico a seguir apresentado, evidenciando que a compatibilidade é viável e sustentável.

3. Metodologia

A metodologia aplicada a este trabalho foi a qualitativa, com recurso a um inquérito por entrevista dirigida não estruturada a um conjunto de diretores de agências de viagens. Tomámos como base o número de agências de viagens e turismo associadas da Associação Portuguesa de Agências de Viagens e Turismo e definimos uma amostra por conveniência de 30 inquiridos, conseguindo 20 entrevistas válidas.

O objetivo geral do instrumento de recolha de dados era conhecer a empresa alvo e as suas características e funcionamento, bem como a opinião do seu responsável relativamente à situação atual e futura, em termos tecnológicos, da área onde opera

e da sua própria organização. As entrevistas foram realizadas pessoalmente, na área da grande Lisboa, entre 2007 e 2012. Esta era composta por catorze questões abertas e uma de escolha múltipla fechada (Q.7). Os temas que foram abordados nas entrevistas foram: a tipologia de produtos e serviços turísticos a que a empresa se dedica; a imagem e o posicionamento da organização perante os consumidores; os grandes fatores de diferenciação da empresa relativamente à concorrência; a política de recursos humanos da empresa em termos de contratação, prémios, incentivos, avaliação de desempenho e estágios; a relação da organização com os seus parceiros e com a comunicação social; as principais características empreendedoras do profissional da empresa e o perfil ideal; a política de formação e de ensino superior; a atual crise financeira; as novas tecnologias de informação e comunicação em geral e a internet em particular utilizadas na empresa e o futuro das agências de viagens e turismo.

Quanto à interpretação dos dados, realizou-se uma análise sobre as quinze perguntas colocadas, abordando as seguintes questões:

- Caracterização da Entidade e o Tipo de produtos.
- A Imagem da empresa
- Como a empresa é conhecida no mercado e aos olhos dos atuais e dos potenciais clientes.
- Como gostaria que a empresa fosse conhecida no mercado aos olhos dos atuais e dos potenciais clientes
- Fatores de diferenciação da empresa relativamente à concorrência.
- Política de recursos humanos da empresa em termos de contratação, prémios e incentivos, avaliação de desempenho e estágios.
- Relações comerciais da empresa com os seus parceiros, com a rede de contactos e com a comunicação social.
- Principais características de um profissional e o perfil ideal de um bom profissional na área.
- A formação e a sua importância no bom desempenho na empresa, bem como as licenciaturas em Portugal.
- O presente e o futuro no que concerne à atual crise financeira e à utilização da internet na empresa e ao futuro das agências de viagens e turismo.
- Análise e interpretação dos dados

Em seguida apresentamos a análise apenas às evidências mais relevantes para este trabalho, que se prendem com as duas últimas subcategorias anteriormente expostas.

Tendo por base o quadro de análise de conteúdo a seguir apresentado, registámos que entre os 20 inquiridos (100%) 10 (50%) confirmaram ter sítios eletrónicos da res-

petiva empresa para comercialização dos seus produtos e serviços turísticos, embora a grande maioria sem grande expressividade ainda. 90% destes (45% do total) atestaram utilizar as redes sociais, com predominância do facebook, apenas para divulgação e promoções regulares. 10% dos respondentes referiram que as redes sociais são positivas para incrementar o relacionamento com o cliente, mas que o “posicionamento empresarial nestas redes obriga a uma definição estratégica específica”. Conseguimos identificar que apenas 10% dos entrevistados que respondeu não utilizar a internet para comercialização se mostrou interessado em passar a utilizar em breve.

Podemos verificar que 25% dos respondentes consideram a internet uma ameaça e não veem benefícios em si e, apesar de a apontarem como ameaça, há quem a considere positiva mas mesmo assim não a utiliza. Concluimos que esta situação se deve, fundamentalmente, a razões económico-financeiras ou ao facto dos responsáveis de agências de viagens e turismo desconhecerem e não se sentirem à vontade com este canal.

Verificámos também que existe quem defenda que comprar através da internet pode ter os seus benefícios mas não é vantajoso, fundamentalmente porque o agente de viagens resolve os problemas que aquele canal não consegue. Por outro lado, 30% dos inquiridos asseveram que a internet “não é uma ameaça mas uma oportunidade de negócio”, e há quem vá ainda mais longe e refira que as agências de viagens e turismo que não figuram na internet não existem.

Os inquiridos que defendem a internet consideram-na positiva porque permite fazer chegar maior quantidade de informação ao cliente e quando este chega à agência já sabe exatamente o que vai comprar, facilitando muitas vezes o trabalho do agente de viagens mas também levando a que este progrida mais no seu desempenho para conseguir responder a maiores índices de exigência do novo consumidor. De salientar que a internet foi referida como “positiva principalmente para o consumidor, desde que ele saiba seleccionar o produto que corresponda às suas expectativas”, permitindo ao agente “alargar consideravelmente a forma como aborda o potencial cliente”. Registamos também que algumas agências de viagens e turismo têm algum receio de os clientes não conseguirem “manusear os sites de reservas e apresentarem determinadas hesitações relativamente à própria compra”, uma vez que nem todos “se sentem confortáveis em disponibilizar o número do seu cartão (...) através da internet”.

Um registo importante é a homogeneização de opiniões entre os entrevistados no que concerne às vantagens da internet como canal de promoção e como veículo que permite a partilha dos testemunhos dos turistas. Verifica-se, no entanto, que poucas inovam na forma de utilização dos canais online, em que entre as poucas que

os utilizam restringem-se a um site e à rede social facebook e em que apenas um respondente indicou ter um canal youtube, um blog e utilizar também a rede twitter.

Percebemos contudo que a internet “é uma ameaça para empresas que não se atualizam tecnologicamente”, porque este meio permite ter “balcões de venda em casa dos clientes” e possibilita a comunicação “com qualquer canto do mundo”; e mesmo sendo concorrência “é sempre saudável e há mercado para todo o tipo de clientes”.

Concluimos, com base no exposto, que ainda existe muita resistência à internet por parte dos responsáveis de agências de viagens e turismo, refugiando-se numa realidade que consideram ser passageira e enganadora em que as pessoas vão perceber isso em breve. No entanto, existem outros entrevistados que encaram os veículos online como uma oportunidade e que devem encontrar estratégias para os utilizar a seu favor.

No que respeita ao futuro das agências de viagens e turismo as opiniões dos respondentes divergem bastante embora se registem alguns sentimentos comuns. O principal deles é que as agências de viagens e turismo têm de se transformar e “é preciso mudar por completo a imagem das agências de viagens no mercado”. Regista-se, em contrapartida, algumas opiniões de que as pessoas vão regressar às agências devido ao crescente número de problemas sucedidos na internet, e “sempre existiram e continuarão a existir”, “vão sempre existir agências de viagens, até porque infelizmente existem muitas vigarices na internet”, sem que para tal seja necessário mudar grande coisa.

Verificámos então que existem responsáveis que veem o futuro “negro”, “com apreensão”, mas acreditam que o “futuro das agências de viagens está dependente do futuro do país e de como o mercado turístico se adapta à crise”. Com base na análise desenvolvida, interpretámos que a marca contaria para a continuidade destas empresas intermediárias: “acredito que a marca vá contar muito” e “os grandes grupos vão ficando mas as pequenas irão fechar”, sendo que “apenas as agências mais conceituadas continuarão a dispor de um lugar reservado no mercado”. “(...) 2013 vai ser um ano difícil e (...), por conseguinte, mais alguns balcões vão fechar”, “também devido à crise e ao “exagero” de agências que há abertas”, pois “a curto prazo representa um negócio difícil e a médio/longo prazo espera-se superar a crise”. “Seguramente que nem todas as agências de viagens sobreviverão, pois não se vão conseguir adaptar” tendo a obrigatoriedade de “mudar de vida, ou seja tem que acompanhar os tempos e todas as agências que se limitem à venda tradicional vão desaparecer”

Os entrevistados que defendem a mudança avançam com algumas recomendações que devem ser generalizadas a este subsector, sendo que as mais elencadas são: apostar nas Novas Tecnologias (21%), “nos motores de busca, nas redes sociais” mas

mantendo o “serviço de clientes”, “tendo em conta que a internet muitas vezes não «responde» todas as dúvidas e esclarece o que o passageiro precisa”, sendo “necessário apostar na dinâmica do online e dar mais importância à informação que temos dos clientes para usá-la a nosso favor.”; Consultoria (16%), que se desenvolva “com base no seu conhecimento e experiência” e “para preservar o auxílio aos clientes na elaboração dos melhores roteiros para os seus programas de férias”, pois “os clientes apenas consultarão as agências de viagens se sentirem que elas lhe dão valor acrescentado na compra das suas férias”; Diferenciação (11%), “não só das outras agências de viagens como dos restantes players” “porque a concorrência mais forte vem das companhias aéreas, hotéis, rent-a-car e outros, porque com a criação de canais vendas diretos aos consumidores estão a concorrer diretamente com as agências de viagem”; Especialização (11%), nomeadamente nas “áreas do corporate, reuniões e incentivos, destinos radicais, neve e cruzeiros”, “num determinado segmento de mercado” bem como “a especialização dos recursos humanos e da própria marca”; e Atendimento personalizado (11%), fundamentalmente aos níveis de “simpatia”, “confiança”, “experiência e segurança na venda dos serviços, ajuda pré e pós venda”.

Verificámos ainda que 10% dos entrevistados referiram também a necessidade de se agir em termos de produtos, nomeadamente no que ao risco de inovação e de novos canais de comercialização diz respeito, indicando que têm “de inovar na sua forma de distribuir que seja diferente dos restantes players existentes no mercado.”. Assinalamos ainda que 11% dos inquiridos indicaram que as agências de viagens e turismo devem revelar-se como uma mais-valia para os seus clientes, com vista à fidelização, mas não avançaram com o esclarecimento sobre o que seria para eles ser uma “mais-valia”.

4. Conclusão

O objetivo central deste trabalho era identificar os ‘juízos’ de diretores de agências de viagens e turismo relativamente ao futuro digital destas organizações e o mesmo foi conseguido, na medida em que através de um inquérito por entrevista recolhemos testemunhos importantes para responder ao objetivo global inicialmente desenhado.

Relativamente à pergunta de partida - passará o futuro da operação e agenciamento turístico pelo meio ‘digital’? – é seguro afirmar que a mesma foi respondida, tendo em conta que alguns dos respondentes defende com segurança que a continuidade das agências de viagens e turismo passa obrigatoriamente pelo uso e “abuso” das tecnologias e da rede online. Contudo registamos igualmente opiniões divergentes que asseveram que a “salvação” destas empresas está na qualidade de serviço e não nas tecnologias, pela frieza e insegurança que esta transmite.

Seguindo as quatro hipóteses que nortearam a nossa investigação, podemos afirmar que a primeira - a internet será a maior ameaça das micro e pequenas agências de viagens e turismo – e a segunda - a internet será encarada como uma oportunidade para as médias e grandes agências de viagens e turismo – não se confirmam nem se desmentem já que é confirmatório que para alguns entrevistados a internet é uma ameaça pelos preços e pela concorrência que propicia, enquanto para outros é uma oportunidade de distribuição de produtos e um incremento de mercados e das relações com os seus clientes. Não se confirma destas hipóteses a tese de que a dimensão da empresa influencia a opinião sobre a internet, pois percebemos que as respostas positivas e negativas relacionadas com as novas tecnologias dependeram fortemente do perfil do entrevistado.

Quanto à terceira hipótese - as agências de viagens e turismo utilizam a internet mas de forma pouco proveitosa - verificamos que esta se confirma, na medida em que dos 50% dos inquiridos que responderam utilizar a internet a grande maioria utiliza-a apenas através de um site e de uma rede social. Esta utilização é fundamentalmente baseada numa filosofia de promoção e de interação com os seus clientes e não tanto na perspectiva de comercialização. Concluimos também que a inovação não é um fator dominante no uso das tecnologias online, já que não registámos qualquer medida inovadora na aposta da internet tendo em conta a imensidão de oportunidades criativas que este canal nos proporciona.

Já no que à última hipótese diz respeito - as agências de viagens e turismo consideram que o futuro passa mais pela qualidade do serviço que pela internet – é seguro afirmar que por um lado confirma-se, considerando que a maioria dos respondentes defende a qualidade do serviço através de uma política de consultoria, diferenciação, especialização e atendimento personalizado mas, por outro lado, a hipótese não está integralmente confirmada uma vez que não se identifica totalmente se estes elementos da qualidade de serviço passam igualmente por intermédio do uso das tecnologias e também porque se regista um número razoável de inquiridos defensores da internet.

Após exposição dos resultados da nossa investigação, é conclusivo que as opiniões dos responsáveis de agências de viagens e turismo não são unânimes no que ao nosso objeto de estudo diz respeito, devido à elevada quantidade de ideias divergentes que manifestam doutrinas defensoras mas também desfavoráveis da ‘digitalização’ dos serviços e dos produtos turísticos destas empresas.

Referências

ABRANJA, Nuno et al. Gestão de agências de viagens e turismo. Lisboa: Lidel, 2012.

ABRANJA, Nuno; COSTA, Carlos; MARTINS, João Félix. A situação dos intermediários turísticos face à ameaça dos canais de reserva diretos. In Turismo & Desenvolvimento, pp.13-14 (2). ISSN1645.9261. Universidade de Aveiro, 2010.

BUHALIS, Dimitrios. E-Tourism: strategic and tactical impacts of information communication technologies for tourism. In Turismo & Desenvolvimento,1(1), pp.57-66. Universidade de Aveiro, 2004.

BUHALIS, Dimitrios; COSTA, Carlos. Tourism business frontiers: consumers, products and industry. UK: Butterworth-Heinemann, 2006.

CUNHA, Licínio. Economia e política do turismo. Lisboa: Editora Lidel, 2012, 3ª. Edição.

GREENWOOD, D. J.. La cultura al peso: perspectiva antropológica del turismo en tanto proceso de mercantilización cultural. In SMITH, V. L. (coord.) Anfitriones e Invitados, pp.257-279. Madrid: Endymion, 1992.

JAFARI, Jafar. The tourism market basket of goods and services. In Studies in Tourism, Wildlife, Parks, Conservation. Metropolitan: Nova Deli, 2000.

MAGALHÃES, S.. Mercado electrónico dos serviços turísticos e viagens: estudo de caso da presença de Cabo Verde e São Tomé e Príncipe como destino nos grandes operadores do mercado global. Cabo Verde: Universidade Jean Piaget, 2007.

MCINTOSH, R. W.; GOELDNER, C. R.; RITCHIE, J. R. B.. Tourism – principles, practices and philosophies. New York: John Wiley & Sons, 1995, 7ª. Edição.

SANTANA, Agustín. Antropologia y turismo. Barcelona: Ariel, 1997.

VARELA, Miguel; SILVA, Vera. O turismo na sociedade de informação. ABRANJA, Nuno et al (Eds). Turismo Acessível: Estudos e Experiências. Mangualde: Edições Pedagogo, 2010.



Paisagens e turismo: sobre riscos ambientais naturais e suas vulnerabilidades

Landscapes and tourism: about natural environmental hazards and their vulnerabilities

Solange T. de Lima Guimarães¹

¹ Geógrafa, Livre-docente em Interpretação e Valoração de Paisagens. Prof. Adjunto do Depto. de Geografia, IGCE-UNESP, campus de Rio Claro, São Paulo, Brasil. E.mail: hadra@uol.com.br

Resumo

Este artigo trata das paisagens turísticas e riscos ambientais, considerando a combinação de suas vulnerabilidades sociais e naturais. O turismo de base local diante da ocorrência de eventos extremos deve ater-se também a aspectos que levem em conta o desenvolvimento de sistemas complexos adaptativos, resiliência da paisagem e das comunidades envolvidas, além das preocupações referentes à implantação de sistemas de alerta e preparação de comunidades para emergências locais e redes de monitoramento, visando assegurar a qualidade de vida e ambiental das populações.

Palavras-chave: Turismo. Paisagem. Riscos ambientais. Resiliência. Sistemas complexos adaptativos.

Abstract

This article is about the tourist landscapes and environmental hazards, considering the combination of their social and natural vulnerabilities. The tourism locally based in front of the occurrence of extreme events should also stick to aspects which take into consideration the development of complex adaptive systems, resilience of the landscape and the communities involved, further than the concerns associated to the implementation of systems of alert and preparation of communities for local emergencies and monitoring networks, aiming to ensure the quality of life and environmental of populations.

Keywords: Tourism. Landscape. Environmental hazards. Resilience. Complex adaptive systems.

1 Introdução

Com a expansão da veiculação e acessibilidade de informações e conhecimentos por meio da *WEB*, tomamos ciência cotidianamente sobre diferentes tipos de fatos correlacionados ao meio ambiente em várias regiões do planeta, embora o grau de veracidade e de detalhamentos sobre muitos, cada vez mais necessite de um rigor crescente para não gerarem contextos alarmistas e caóticos, principalmente no que tange às situações de ocorrências de riscos e desastres ambientais naturais em paisagens que são consideradas atrativos turísticos.

Todavia, informações, imagens e representações são geradas, compartilhadas e interpretadas por diversificados setores e segmentos da sociedade, levando a vários níveis de compreensão e exploração das realidades experienciadas durante estes eventos, bem como de sua imagética, nem sempre correspondentes às realidades, mas que acabam funcionando como 'estigmas' para estas paisagens, a ponto de consolidarem sérios equívocos, por meio de distorções perceptivas e interpretativas que influenciarão direta e indiretamente os processos de gestão ambiental, desen-

volvimento territorial sustentável e o planejamento turístico, entre outros aspectos relacionados à valoração objetiva e subjetiva das áreas em questão.

Estas conjunturas, por sua vez, no tocante aos aspectos da qualidade ambiental e de vida das populações atingidas, envolvem ainda os processos de resiliência diante de seus gradientes respectivos à mudança, à adaptação diante das alterações e modificações, além dos ajustes e respostas intencionais ou acidentais, referentes aos danos materiais e imateriais, perdas humanas, deterioração de paisagens e lugares, seleção de medidas preventivas e mitigadoras, de estratégias políticas e de segurança, de educação associada à defesa e proteção civil, etc.

Conseqüentemente, os múltiplos e complexos dimensionamentos da percepção ambiental das áreas atingidas e das escalas valorativas decorrentes precisam ser considerados sob uma minuciosa análise das condições pertinentes às fragilidades e vulnerabilidades sociais e naturais, abrangendo tanto o conhecimento técnico-científico inter e multidisciplinar, como os saberes tradicionais e o conhecimento empírico, incluindo também o desenvolvimento de tecnologias adaptadas às realidades regionais, de modo a não negligenciá-las.

Numa perspectiva correlacionada à gestão dos riscos e desastres ambientais e o turismo, analisamos cenários interativos passados e futuros cada dia mais críticos e de efeitos cumulativos, complexos e interdependentes, tendo em vista a imbricação de variáveis específicas relativas às diferentes paisagens geográficas consideradas atrativos turísticos, tais como concentração demográfica, processos de ocupação urbano-rural inadequados, preferências e valores paisagísticos, associados à ocorrência de eventos naturais extremos, condicionados ou não às mudanças climáticas ou variações sazonais, e à degradação dos recursos ambientais/naturais comuns, ou ainda a inadequação das multifuncionalidades paisagísticas (Naveh, 2000; 2001).

Temos, portanto, um enfoque pautado na intersecção/interação de sistemas ambientais complexos sobre os níveis de conhecimento e sua organização referentes às paisagens turísticas como sistemas socioecológicos (Berkes; Colding and Folk, 2003), abrangendo também a seleção de alternativas, estratégias, elaboração de respostas e resolução de conflitos e questões políticas e socioeconômicas decorrentes, correlacionadas aos processos de adaptação e ajustes desenvolvidos frente à multiplicidade de situações verificadas durante e pós desastres ambientais.

2. Paisagens de risco e o Turismo em risco: impactos e efeitos dos desastres ambientais

2.1 Indonésia

Para tecermos algumas correlações sobre a relevância dos estudos sobre as paisagens de riscos, lembramos aqui a ocorrência de alguns eventos extremos, como terremotos e tsunamis que abrangeram reconhecidos destinos turísticos internacionais, a exemplo das ilhas da Indonésia e da Polinésia, Tailândia (estâncias turísticas das Ilhas Phi Phi e Phuket), além de outros locais afetados, que em anos praticamente sequenciais vêm impactando de modo cumulativo e adversamente estas áreas costeiras. O tsunami de 26 de dezembro de 2004 devastou as áreas costeiras de vários países, ocorrendo após um terremoto submarino que teve seu epicentro na costa de Sumatra (Oceano Índico), no sudeste Asiático, apresentando magnitude de 9,3 na escala Richter, considerada como excepcional (9>). A combinação destes eventos – terremoto e tsunami – foi considerada como uma das mais devastadoras, registrando-se uma perda de vidas humanas estimada entre 225 mil a 230 mil pessoas, sendo o ponto mais atingido a província de Aceh, na extremidade norte da ilha de Sumatra, conforme o Comitê Internacional da Cruz Vermelha (CICV, 2005).

Figura 1: Expansão do tsunami pelo Oceano Índico



Fonte: UOL (2004).

Cabe recordar ao leitor que nesta estação do ano que abrange as festas natalinas e de ano novo, estas localidades recebem um alto fluxo de turistas, atraídos pelo desfrute de suas paisagens paradisíacas durante o período de veraneio, o que levou a uma situação caótica, considerando-se a insuficiência de infraestruturas civis, socioeconômicas, tecnológicas, além da inexistência na época de agências ou centros responsáveis pelo monitoramento oceânico, por redes de alertas sismográficos em muitos destes países, aliadas às características extremas do evento mencionado pertinentes às dimensões de magnitude, extensão da área, dispersão espacial, velocidade de aparecimento.

Agências e redes de monitoramento só vieram a ser implementadas após o desastre em algumas áreas dos 15 países atingidos, pois segundo a BBC (2005): “Milhares de turistas europeus ficaram isolados no Sri Lanka, nas Maldivas e na Tailândia depois do tsunami”, inclusive muitos foram contados entre as vítimas fatais. Entretanto, em 2012, na Tailândia, especialistas voltavam a chamar a atenção internacional para as graves situações de deterioração dos centros de alertas para desastres, painéis informativos de rotas de fuga, sirenes de alarme, alto-falantes estragados e fora de funcionamento, denunciando a negligência dos governos e a falta de segurança nestas localidades turísticas. (Folha de São Paulo, 2012). Contudo, apesar das proposições às instituições governamentais, realizadas por uma coalizão de organizações ambientais solicitando outro modelo turístico para as áreas em oposição à estratégia de massificação, o turismo como produto econômico continuou a crescer, mesmo com todas as falhas e perigos, mais as possibilidades de enfrentamento de novos desastres. Os mesmos erros, imprudências e negligências continuam a ser cometidos em favor de um turismo que prioriza apenas como indicador econômico o produto interno bruto dos países receptores, em avaliações tendenciosas, prejudicando a valoração ambiental destas paisagens sob vários aspectos socioeconômicos e culturais que também deveriam ser reconhecidos como indicadores válidos no cômputo dos benefícios sociais e serviços ambientais.

Figura 2: Uma das ilhas Phi Phi, na Tailândia, dois dias após o tsunami de 2004



Fonte: Mail On Line (2012).

Assim, quando analisamos as realidades das comunidades atingidas por eventos extremos e que se encontram na área de influência operacional dos empreendimentos e projetos do setor turístico implementados pelas grandes corporações internacionais, observamos uma conjuntura ambiental alarmante e perversa quanto à avaliação dos gradientes de impactos negativos, das combinações e reconfigurações de seus sistemas socioecológicos, das efetivas e possíveis condições de sustentabilidade territorial e recuperação das multifuncionalidades da paisagem local e regional. Entre a imagem turística e as realidades existentes, permeiam intencionalidades referentes às escusas do capital.

O fato destas localidades se constituírem em destinos turísticos sustentados e mantidos pelo capital transnacional, não significa que os empreendimentos efetivamente estejam preocupados com a implementação de programas de desenvolvimento territorial sustentável, pois a maioria das comunidades de entorno permanecem destituídas de benefícios e investimentos, a não ser aqueles diretamente ligados ao interesse dos grupos empreendedores, ou de obrigatoriedade legal, a exemplo dos relatórios de impacto de vizinhança, que de modo geral não são obser-

vados, nem cumpridos, subvertendo os processos de resiliência, responsabilidade social e sustentabilidade. E mesmo assim, muitas situações são burladas, em detrimento da qualidade de vida e ambiental destas populações, desde que as imagens turísticas não sejam conspurcadas...

Nos cenários de riscos e desastres, temos ainda que considerar o fator “risco extremo de mortes”, por doenças contagiosas em caráter de epidemias (geralmente relacionadas a algumas das chamadas “doenças tropicais negligenciadas” (DTNs) e à falta de água potável e saneamento, que desencadeiam outros perigos iminentes, significando riscos potenciais e efetivos à sociedade. Estas complexidades contextuais por sua vez, puderam ser verificadas no decurso do monitoramento e avaliação pós-desastre nas regiões atingidas pelo tsunami, referentes às inter-relações e combinação dos conjuntos de impactos decorrentes. Soma-se a esta devastação, a perda muitas vezes irreversível do patrimônio natural e/ou cultural, representado em seus aspectos materiais, como por exemplo, antigas edificações tradicionais, monumentos arquitetônicos, cenários estéticos, *landmarks* regionais ou locais, etc², mais a perda incomensurável dos *Tesouros Humanos Vivos*³ destas comunidades, parte essencial da experiência de paisagens, na dimensão do vivido, bem como da qualidade estética das paisagens turísticas.

Passada uma década, estes lugares ainda apresentam resquícios paisagísticos pretéritos que testemunham os sinais da devastação de 2004, e em muitos casos, acentuados pelos efeitos de eventos naturais posteriores, apresentam um acúmulo e agravamento dos impactos e efeitos adversos, podendo levar a cenários futuros de disrupções e colapsos de natureza sociocultural e ambiental. Ao persistirem até os dias de hoje, promovem a gênese de uma imagética vinculada à topofobia, em especial para o turismo, quase sempre apoiado em um *marketing* de cenários idílicos, menos comprometido com as realidades locais e informações geográficas mais fidedignas, na ‘corrida’ da venda de paisagens de sonho, que eventualmente se convertem em pesadelos, resultantes de uma insensatez presunçosa dos mercados.

2.2. São Luiz do Paraitinga, Brasil

Também no Brasil, temos vários de nossos destinos turísticos prejudicados por eventos extremos, destacando-se as enchentes sazonais, com a geração de impac-

2 Para melhor conhecimento da área atingida, consultar: Tsunami Video: The Best Tsunami Video Anthologies, disponível em: < http://tsunami2004videoarchive.com/tsunami_video_the_best_tsunami.htm>; Asia’s Deadly Wave, New York Times, disponível em: <http://www.nytimes.com/packages/khtml/2004/12/28/international/worldspecial4/20041228_eq_INDIA_FEATURE.html>.

3 Tesouros Humanos Vivos: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=00061&lg=ES>

tos ambientais que não só levam à deterioração, como à destruição de um rico patrimônio secular. Em relação à paisagem cultural, registramos perdas irreversíveis de muitas delas, necessitando de processos de reconstrução e recuperação especializados, visto que as edificações do período colonial e imperial brasileiro em sua maioria, foram construídas em adobe (adobino), taipa de pilão e de pau a pique, ou seja, construções frágeis diante de fortes inundações e enchentes, pois seu material básico de composição – o barro – se dissolve com a condição de encharcamento, levando a perdas imensuráveis, pois não só são condizentes com a situação legal de patrimonialização e tombamento, como também às referências significativas pertinentes às dimensões de espaço e mundo vivido para toda uma população.

Como exemplo mais recente, temos o caso da cidade paulista de São Luiz do Paraitinga, datada de meados do século XVIII e situada às margens do rio Paraitinga, na bacia hidrográfica do rio Paraíba do Sul. A cidade que foi elevada à categoria de estância turística em julho de 2002, sofreu uma das piores enchentes de sua história na noite de 31 de dezembro de 2009 até os primeiros dias de janeiro de 2010, quando o rio Paraitinga que atravessa a sua área urbana, registrou cerca de 12 metros acima do seu nível normal, resultante de vários fatores climáticos e geomorfológicos combinados, cobrindo toda a área do seu centro histórico.

O seu patrimônio histórico-arquitetônico do século XIX, apresenta casarões construído entre 1840 e 1850, período relativo ao apogeu da expansão cafeeira pelo Vale do Paraíba, representando um conjunto paisagístico de relevância estética e cultural, além de se constituir em um dos principais atrativos turísticos da cidade, servindo de cenário para festas tradicionais, a exemplo da Festa do Divino, do Carnaval, entre outras manifestações da cultura local e regional do Vale do Paraíba, no estado de São Paulo (SP). Assim temos o tombamento do seu centro histórico pelo Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico do Estado de São Paulo (Condephaat), datado desde 1982. Já o tombamento como patrimônio cultural brasileiro, pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), data de 10 de dezembro de 2010, e compreende o centro histórico com suas “características arquitetônicas e o traçado urbano singular dos períodos colonial e imperial” (IPHAN, 2010), sendo que:

A delimitação da área do conjunto urbano tombado abrange mais de 450 imóveis e a preservação visual do entorno. Esse entorno compreende o “mar de morros” que envolve a cidade, formando uma moldura verde que valoriza o conjunto arquitetônico. A área total de preservação visual ultrapassa os seis milhões de metros quadrados. Os marcos urbanísticos e arquitetônicos descritos no perímetro da área urbana, têm como objetivo, prioritariamente, a proteção públi-

ca e abrange o rio Paraitinga, ruas e áreas seriamente afetadas pela enchente.(IPHAN, s.d.).

Todavia, o centro histórico da estância turística por ocasião da enchente de 2010 ficou reduzido a escombros e desmoronamentos, após as águas baixarem, comprometendo toda a multifuncionalidade e resiliência de sua paisagem urbana e áreas de entorno, e conseqüentemente, as atividades turísticas sofreram duramente com as conseqüências do evento. Também o município de São Luiz do Paraitinga (a exemplo de inúmeros outros casos em nosso país), apesar do antigo histórico de enchentes em sua área urbana, não apresentava qualquer plano de contingência, tipo de sistemas de alertas ou de identificação e monitoramento das áreas de riscos, sendo estes implantados somente após o desastre de 2010. E como em todos os períodos festivos da cidade, a concentração de turistas era extremamente elevada no dia 31 de dezembro de 2009, véspera de Ano Novo...

Diante dos fatos, a população local, embora não dispusesse de qualquer preparo ou capacitação no que tange aos sistemas de *Alerta e Preparação de Comunidades para Emergências Locais* (Rosin; Cunha; Cunha, 2011), ou de planos de contingência e de atendimento a situações de emergências, esquemas de segurança correspondentes, etc. , demonstrou uma forte resiliência no enfrentamento das situações respectivas ao “durante” e “pós-desastre” marcadas pela cooperação, desenvolvendo mecanismos de ajustes e respostas imediatos. Tais ações mitigadoras tanto direcionadas ao resgate da própria população por meio dos barcos das empresas locais de *rafting* que atuavam na área, quanto à organização de mutirões de ajuda mútua, limpeza dos escombros, busca de documentos, contribuiu para não serem registradas perdas de vidas humanas ou atitudes que estivessem relacionadas ao saque, muito comum em áreas atingidas por eventos desta magnitude.

É digno de nota, que no primeiro momento, foi a própria comunidade luizense que se movimentou de modo proativo para as medidas de socorro em função do dimensionamento da magnitude, dispersão espacial, velocidade de aparecimento e extensão areal alcançados pelo desastre, considerando-se que predominavam nas áreas atingidas, zonas residências e comerciais, e o auxílio externo (defesa civil, corpo de bombeiros, entre outros), viria somente bem depois, impedidos pelos obstáculos de acesso e comunicação – uma vez que a cidade ficou dividida em duas áreas, cortadas pelo Paraitinga, tendo vários dos seus acessos interditados.

Figura 3: Vista aérea da cidade de São Luiz do Paraitinga durante a enchente de janeiro/2010.



Fonte: VEJASP (2010).

Figura 4: Vista do centro histórico inundado e ao centro, a matriz de São Luiz de Tolosa em ruínas.



Fonte: Notíciannahora (2012).

Figura 5: Vista do centro histórico, setor próximo do Mercado (somente com a estrutura retangular do telhado aparecendo) e ao fundo e à esquerda, o rio Paraitinga (transversal). Podemos observar o antigo casario de adobe, taipa e pau-a-pique, bem como a praça central, submersos pelas águas.



Fonte: Notíciannahora (2012).

No caso de São Luis do Paraitinga, assim como em relação a outros lugares marcados por cenários paisagísticos históricos, podemos afirmar que a atividade turística não deve ser somente o motivo da conservação de suas estruturas histórico-arquitetônicas; mas também a preservação de suas raízes e referências culturais e memoriais deve ser considerada, “principalmente pela perpetuação de momentos que marcaram a história do lugar e que ajudaram na construção de uma identidade territorial reconhecida por seus habitantes”.(Matos, 2010, p. 78-79).

Ao reconhecerem as paisagens como territorialidades de suas histórias de vida, os luizenses demonstraram uma resiliência justamente a partir da percepção e compreensão de seus lugares como espaço vivido, dos processos de atribuição de significados e valores abarcados pela experiência vivenciada. Neste reconhecimento, observamos a resiliência desta comunidade no tocante às respostas e adaptações acidentais e intencionais, assim como, na reconstrução e recuperação das marcas de sua paisagem, referenciais de sua identidade tradicional ligada à cultura caipira, marcada pela solidariedade e hospitalidade: “– Um ajudou o outro, ninguém tinha mais nada”, foi a recordação de uma moradora.

Passados quatro anos, a cidade ainda se recupera, reconstruindo seu patrimônio, implantando sistemas de alertas, e traçando diretrizes de planejamento ambiental interinstitucional, de modo a traçar um processo de cogestão de seus recursos comuns, integrada às políticas públicas regionais, com vários delineamentos de ações proativas e preventivas, a exemplo das avaliações das bacias hidrográficas regionais associadas a programas de educação ambiental para toda a comunidade. Também quanto a outros aspectos concernentes à qualidade estética e visual da paisagem urbana e histórica receberam melhorias, evidenciando o caráter turístico da área.

3. O estudo da percepção dos riscos ambientais como uma preocupação geográfica: relembando histórias...

Ainda no tecer de reflexões sobre estes exemplos de eventos extremos, áreas turísticas e as situações de ‘antes’, ‘durante’ e ‘depois’, apresentando panoramas tão diversos mas convergindo para acentuadas precariedades semelhantes, somos levados a outros históricos, porém, agora relacionados à gestão dos riscos e desastres ambientais, às políticas públicas, à participação da sociedade, às estratégias abarcadas pelo planejamento ambiental e turístico, além do desenvolvimento de programas específicos e adequados às características das distintas regiões geográficas, como necessidades emergenciais principalmente em países marcados por contextos socioeconômicos e ambientais já fragilizados.

No que tange às pesquisas sobre a redução e mitigação dos efeitos dos desastres ambientais, a UNESCO apresenta estudos multidisciplinares que remontam aos anos de 1960. E neste mesmo período presenciamos o surgimento de vários movimentos e eventos internacionais em defesa do meio ambiente, sob diferentes aspectos e abordagens, sendo um marco de relevância, em 1968, a *Conferência Internacional sobre a Utilização Racional e a Conservação dos Recursos da Biosfera*, promovida pela UNESCO, quando vários programas institucionais passaram a ser desenvolvidos, congregando especialistas de várias partes do mundo, a partir das necessidades emergenciais. (Guimarães, 2007).

Destes programas internacionais, interessa-nos, em especial, o Programa *Man and Biosphere* (MAB), criado em 1970 e aprovado de modo formal pela ONU na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente – 1ª. Cúpula da Terra –, em 1972. Seus objetivos prioritários estavam correlacionados tanto à qualidade de vida das populações humanas quanto à qualidade ambiental, buscando proporcionar o intercâmbio e a difusão de conhecimentos respectivos aos problemas ambientais, soluções e alternativas para um desenvolvimento sustentável, mediante programas de educação ambiental.

De acordo com Guimarães (2007), no contexto do Programa MAB, temos, em 1973,

a publicação do *Expert Panel on Project 13: Perception of Environmental Quality/Final Report, MAB Report Series/UNESCO*. (Unesco, 1973), apresentando uma análise dos aspectos conceituais relacionados à percepção ambiental, destacando a relevância dos estudos e pesquisas teóricas e aplicadas sobre percepção da qualidade ambiental, no contexto de um reconhecimento e compreensão objetiva e subjetiva das relações entre homem e biosfera, para a gestão integrada, participativa e adaptativa do meio ambiente. Neste documento também é apresentado um diagnóstico referente ao então ‘novo campo’ de estudos desenvolvido e suas áreas do conhecimento de abrangência, visando à incorporação das dimensões socioeconômicas, culturais, políticas, etc., assim como o direcionamento dos estudos para determinadas áreas consideradas problemáticas devido a conjunturas geográficas especiais, sendo consideradas, portanto, seis áreas prioritárias para os diagnósticos e prognósticos:

1. Percepção dos riscos ambientais;
2. Percepção de áreas ecológicas isoladas ou periféricas;
3. Percepção de parques nacionais e outras áreas naturais relativamente inalteradas;
4. Percepção de paisagens culturais devido a sua importância ecológica, histórica e estética;
5. Percepção da qualidade de ambientes urbanos;
6. Desenvolvimento e aperfeiçoamento de modelos visando melhorias de estratégias políticas e de planejamento ambiental. (Unesco, 1973, p. 5-6).

As áreas 1, 4 e a 6, interessam-nos especialmente quando analisamos locais turísticos e associamos a implantação de programas de educação geográfica e ecológica para a proteção e defesa civil, integrados a sistemas de cogestão adaptativa, sob a perspectiva da percepção e interpretação de riscos e desastres ambientais, de suas vulnerabilidades naturais e sociais, impactos e efeitos associados às variações espaciotemporais. Estas áreas se relacionam intimamente, quando consideramos as paisagens naturais e culturais, fluxos sazonais de visitantes, sistemas de alertas e monitoramentos, desenvolvimento tecnológico, infraestruturas existentes, condições socioeconômicas, medidas preventivas e mitigadoras, condições locais do receptivo turístico, no bojo da avaliação da paisagem de risco como um sistema adaptativo complexo, principalmente quando tangenciamos conjunturas relacionadas à sua multifuncionalidade e à sua tutela e salvaguarda.

No *Expert Panel on Project 13: Perception of Environmental Quality*, o meio ambiente é considerado como um sistema multidimensional de inter-relações complexas, em contínuas transformações resultantes de processos interativos de origem natural e antrópica. (UNESCO, 1973, p.11; Guimarães, 2007). Já o conceito de percepção da qualidade ambiental apresentado, envolve aspectos pertinentes à variação dos níveis de acuidade perceptiva, adaptação, respostas e preferências culturais; aos valores e significados individuais e coletivos que o ser humano atribui ao meio ambiente,

em suas dimensões natural e construída, influenciado por múltiplos fatores:

By perception in this context is meant the ways in which man senses and understands the environment (natural and man-made), especially influenced by social and cultural factors. This involves a consideration of the level of knowledge and its organization, the values that are placed upon environment, man's preferences, and the way which choices are exercised and conflicts resolved. (UNESCO, 1973, p.9).

Posteriormente, o Programa MAB, publicava, no ano de 1977, o documento “*Guidelines for fields studies in environmental perception: MAB - Technical Notes 5*”, de autoria de Anne V.T. Whyte, constituindo-se em uma das principais referências clássicas para o desenvolvimento e avanço dos estudos de percepção ambiental na área da Geografia, reiterando a compreensão da interdependência entre o homem e a biosfera, ao considerar que toda decisão e toda ação humana, individual ou grupal, sobre o ambiente se encontram fundamentadas não somente nos elementos objetivos, mas também nos subjetivos, sendo tal constatação a base da pesquisa da percepção ambiental. (Guimarães, 2007).

Sob este entendimento, Whyte considerou o significado da expressão *percepção ambiental*, como “la prise de conscience et la compréhension par l’homme de l’environnement au sens large”. (Whyte, 1977, p.18). Ainda no quadro dos conceitos referenciais apresentados em seu relatório, a autora considerou os significados e aspectos valorativos dos pontos de vista (interior e exterior), e a conjugação das percepções derivadas a partir da experiência humana:

L’un des objectifs importants des recherches basées sur la perception de l’environnement consiste à obtenir une compréhension systématique et scientifique du point de vue obtenu à partir de l’intérieur, en vue de compléter l’approche scientifique traditionnelle, abordée de l’extérieur. Le point de vue de l’intérieur peut être celui d’un individu quelconque, d’une collectivité locale, ou même d’une population rurale dans son ensemble. (Whyte, 1977, p. 13)

Ainda durante as décadas de 1970 e 1980, segundo Matsushima (2014), os estudos de Ian Burton e sua equipe, no Canadá, tiveram também como preocupação a percepção de riscos e desastres ambientais, associados a outros centros de pesquisas e a União Geográfica Internacional (UGI) e ao MAB. As diretrizes dos trabalhos desenvolvidos estavam voltadas à adoção de ajustamentos e estratégias frente às vulnerabilidades ambientais, aos processos de adaptação e resiliência derivados das experiências, expectativas, respostas e comportamentos, visando tanto uma melhor compreensão das ocorrências destes fatos, como também políticas e programas de prevenção e mitigação dos impactos e efeitos diretos e indiretos, nas áreas atingidas por eventos naturais extremos.

Neste mesmo período, a *Comissão sobre o Homem e o Meio Ambiente* da UGI elenca-va os estudos de riscos naturais como uma de suas principais preocupações, tendo em

vista os levantamentos, identificação, mapeamentos e organização de bancos de dados realizados na época, e divulgados pela *United Nations Disaster Relief Organization* (UNDRO), fundada em 1971 e sediada em Genebra. No bojo destes cenários, preocupações crescentes eram observadas quanto à segurança internacional e o crescimento dos custos globais advindos destes eventos extremos, principalmente levando-se em consideração regiões já fragilizadas devido a distintos e complexos contextos geográficos, à combinação de suas variáveis, evidenciando o aumento da complexidade de suas vulnerabilidades sociais e naturais, numa imbricada trama. (Matsushima, 2014).

Entretanto, as circunstâncias e motivos apresentados por Burton, Kates e White (1978), continuam a ser motivos de preocupações que se agravam na atualidade, visto que ao se mesclarem numa sucessão de processos interativos, comprometem o acesso às novas tecnologias especializadas, não só pela insuficiência de recursos econômicos, como igualmente pelas escolhas políticas, representando restrições diretas e indiretas às possibilidades de implantação de sistemas de gestão de riscos mais eficientes. Neste cenário futuro de iniquidades ambientais, destacam-se o aumento e a intensificação das vulnerabilidades sociais e dos conflitos derivados, acentuando as condições dinâmicas existentes em paisagens de disrupções variadas. Novas percepções são necessárias a partir destas experiências vivenciadas, novas respostas se configuram como emergenciais diante das complexidades apresentadas pelos sistemas socioecológicos em relação aquilo que está *em* risco e *sob* o risco.

4. Reflexões finais

Those aspects of the lived-world that we distinguish as places are differentiated because they involve a concentration of our intentions, our attitudes, purposes and experience. (Relph, 1976, p.43).

Diante da ocorrência de riscos e desastres ambientais em áreas turísticas necessitamos de uma percepção concernente a interação *natureza – tecnologia – sociedade*, proposta por Burton, Kates e White (1978), para avançarmos em direção a compreensão dos conceitos de *Risco*, *Resposta* e *Escolha*, tanto em relação ao entendimento das comunidades locais, como dos turistas, passo fundamental para a construção de nossos referenciais experienciais, interpretativos, atitudinais e comportamentais. Estes mesmos referenciais influenciarão na análise dos casos, bem como na seleção de respostas e alternativas disponíveis referentes aos processos de tomada de decisão, uma vez que devem ser tratados tanto objetiva como subjetivamente, quanto à percepção e valoração ambiental de seus fatores físicos e/ou socioculturais.

Sendo a magnitude a principal característica que define um evento, nos planos de emergência esta deve ser sempre avaliada com outros parâmetros simultaneamente, pois a combinação deles é que caracterizará se a ocorrência de determinado evento, é do tipo extremo ou não, capaz de causar alterações significativas na paisagem, gerando níveis de perturbação responsáveis pela modificação de suas estruturas e funcionamento. Assim, variáveis relacionadas a *frequência, duração, extensão da área, velocidade de aparecimento, dispersão espacial e espaçamento temporal*, são importantes elementos na avaliação, construção e seleção de estratégias para prevenção e mitigação de danos primários e secundários associados aos riscos ambientais. Devemos considerar igualmente, os níveis de estresse e a capacidade de resiliência das comunidades envolvidas, garantindo possibilidades de ações proativas (alertas, evacuação, etc), observando os modos de adaptação e ajustamentos intencionais e acidentais, mais a capacidade de absorção do evento pelos diferentes segmentos de populações.

Ainda fundamentando-se em Burton, Kates e White (1978, p. 26) torna-se necessário elucidar que os critérios de mensuração e avaliação dos eventos extremos são baseados em convenções culturais, conhecimento científico, disponibilidade dos dados, além das necessidades funcionais. Estas são algumas das principais razões da urgência de avaliarmos as percepções e interpretações referentes à capacidade de absorção do risco, de seus limiares críticos e das vulnerabilidades a que as comunidades estão expostas, ao habitarem um mesmo espaço vivido, uma vez que estas criam suas próprias territorialidades e representações sociais, que podem ou não apresentar intersecções e variações espaciotemporais.

Aceitar as perdas, suportar condições de estresses (envolvidos pela capacidade de resiliência), mais a escolha das mudanças adequadas às especificidades locais, deveriam ser aspectos que as instituições governamentais considerassem no desenvolvimento de políticas de âmbito local, regional e nacional, permitindo a maior eficácia e efetividade de seus direcionamentos. As proposições de diretrizes políticas e de planejamento ambiental para as localidades turísticas devem considerar padrões distintos, porém interdependentes e inclusivos: (1) planos de medidas mitigadoras em caso de desastre; (2) monitoramento de eventos naturais extremos; (3) medidas de redução significativas dos danos efetivos e potenciais, e (4) gestão integrada de riscos, em especial quando ocorrem combinações complexas. (Burton; Kates e White, 1978, p. 161).

Numa perspectiva histórico-cultural, diante da percepção ambiental e das imagens de ruínas e destruição de um pós-desastre, sabemos que é fundamental para a atividade turística a proteção dos recursos paisagísticos, porque estes devem ser interpretados como receptáculos da própria história de seus lugares, espaços re-

ferenciais dos mapas afetivos da comunidade, abarcando uma multiplicidade de valores intrínsecos e extrínsecos, ao visarmos a qualidade ambiental da paisagem em equilíbrio com a qualidade de vida de suas populações. Também no que tange às paisagens turísticas e de riscos, devemos eleger e agregar indicadores mais alinhados com nossas abordagens, visto que envolvem valorações e significados que garantem sua visibilidade, qualidade visual e importância, tais como: valor histórico, atividades econômicas, atividades de lazer, memória coletiva e sentido de lugar. (Matos, 2010; Matos; Guimarães, 2011).

A seleção estratégica destes tipos de indicadores socioculturais, propicia uma ampliação do nosso horizonte de estudos e de compreensão sobre os sistemas adaptativos complexos, expandindo nossas preocupações muito além dos marcadores e indicadores de sensibilidades referentes ao meio físico e biológico, ao reconhecermos os seus aspectos afetivos, cognitivos e valorativos, pois nos permitem assegurar níveis de resiliência psicossocial e ambiental mais equilibrados para as comunidades, em relação aos riscos ou desastres, impedindo colapsos decorrentes das pressões e perturbações cumulativas e das situações de estresse causadas por tais eventos súbitos. (Matos; Guimarães, 2011).

Ao analisarmos as paisagens turísticas *de risco* e *em risco* em seus valores objetivos e subjetivos, diante dos desastres ambientais, sabemos que não basta somente estimularmos o turismo através de arranjos meramente institucionais, mas fundamentá-lo mediante processos participativos, lideranças contingenciais, tendo em vista valores comunitários significativos, programas de educação para defesa e proteção civil, redes de comunicação eficientes, compartilhamento de poderes representativos e adaptados às identidades territoriais e culturais, objetivando processos de cogestão adaptativa.

Na atualidade, porém, continuamos a observar a conjugação de esforços nacionais e internacionais nos rumos das tendências de políticas preventivas e mitigadoras cujos objetivos têm como metas garantir condições básicas de segurança social, qualidade ambiental e de vida, contudo, paralelamente ainda permanecem condições determinantes adversas em muitos casos, subsidiadas por programas, políticas e legislações ineficazes e descoordenadas, levando ao agravamento das consequências primárias e secundárias, como também a efeitos colaterais imprevisíveis para as sociedades e as atividades turísticas.

Ao ignorarmos a existência dos riscos ambientais, ignoramos as próprias comunidades atingidas, tornando estas ainda mais vulneráveis...

Referências

BBC-Brasil. Terremoto causa pânico em ilha da Indonésia, 24/01/2005. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/story/2005/01/050124_quakeg.shtml>. Acesso em: 23 de junho de 2014.

BERQUES, F.; COLDING, J.; FOLKE, C. Navigating social-ecological systems: building resilience for complexity and change. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

BURTON, I.; KATES, R. W.; WHITE, G. F. The environment as a hazard. Oxford Press, 1978.

COMITÊ INTERNACIONAL DA CRUZ VERMELHA – CICV. Indonésia: a resposta humanitária desde o tsunami: Relatório de operações, 13/04/2005. Disponível em: <

<http://www.icrc.org/por/resources/documents/update/6e8gfv.htm>>. Acesso em: 23 de junho de 2014.

FOLHA DE SÃO PAULO. Turismo. Praias da Tailândia afetadas por tsunami em 2004 ainda falham em segurança. 03-11-2012. Disponível em: < <http://www1.folha.uol.com.br/turismo/1179058-praias-da-tailandia-afetadas-por-tsunami-em-2004-ainda-falham-em-seguranca.shtml>>. Acesso em: 21 de maio de 2014.

GUIMARÃES, S.T.L. Paisagens: aprendizados mediante experiências. Um ensaio sobre interpretação e valoração da paisagem. 2007. Tese (Livre-docência) 2007. – Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro/SP, 2007.

INSTITUTO DE PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL – IPHAN. São Luiz do Paraitinga (SP) é patrimônio cultural brasileiro, 10/12/2010. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/portal/montarDetalheConteudo.do?id=15771&sigla=Noticia&retorno=detalheNoticia>>. Acesso em: 25 de junho de 2014.

INSTITUTO DE PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL – IPHAN. São Luiz do Paraitinga (SP) s.d. Disponível em:< <http://portal.iphan.gov.br/portal/montar-PaginaSecao.do;jsessionid=87C25CEBF3D12772861656399844CF84?id=18116&retorno=paginalphan>>. Acesso: 25 de junho de 2014.

MAIL ON LINE (2012). Survivors of 2004 tsunami left horrified after being ‘ambushed’ by trailer for movie about Boxing Day tragedy, 25/12/2012. Disponível em: < <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2253133/Boxing-Day-Tsunami-Survivors-2004-tsunami-left-horrified-ambushed-trailer-movie-Boxing-Day-tragedy.html#ixzz364ZR4plf> >. Acesso: 25 de junho de 2014.

MATOS, M. P.; GUIMARÃES, S. T. de L. A percepção ambiental em planos de emergên-

cia: uma proposta para os estudos de sensibilidade ambiental a derrames de óleo. In: GUIMARÃES, S. t. de L. et al. Gestão de áreas de riscos e desastres ambientais, 2012, p. 121-150. Disponível em: < http://www.rc.unesp.br/igce/newpos/new_geo/downloads/livrospos/gestao/gestao_de_areas.pdf>. Acesso: 25 de junho de 2014.

MATOS, M. P. A sensibilidade do lugar: uma proposta metodológica para aplicação da percepção ambiental nos planos de emergência a derrames de óleo. Tese (DOUTORADO EM GEOGRAFIA), 2010. Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro/SP, 2010. Disponível em: http://www.athena.biblioteca.unesp.br/exlibris/bd/brc/33004137004P0/2010/matos_mp_dr_rcla.pdf. Acesso: 25 de junho de 2014.

MATSUSHIMA, T. da S. Risco e perigo ambientais: uma análise conceitual. 2013. Monografia (Especialização). Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro/SP, 2014.

NAVEH, Z. Ten major premises for a holistic conception of multifunctional landscapes, *Landscape and Urban Planning*, Amsterdam, n. 57, p. 269-284, 2001. Disponível em: < <http://tx.technion.ac.il/~znaveh/files/Landscape%20Ecology%20Theory%20and%20Global%20Applications/Ten%20major%20premises%20for%20a%20holistic%20conception%20of%20multifunctional%20landscapes.pdf>>. Acesso em: 10 de junho de 2014.

NAVEH, Z. The total human ecosystem: integrating ecology and economics, *BioScience*, Washington, v. 50, n. 4, p. 357-361, 2000.

NOTÍCIANAHOA. Dois anos após inundação, São Luiz do Paraitinga está 80% reconstruída, 01/01/2012. Disponível em:<

http://www.noticianahora.com.br/brasil/noticia/dois-anos-apos-inundacao-sao-luiz-do-paraitinga-esta-80-reconstruida/103649#.U6oap_IdWx1>. Acesso: 24 de junho de 2014.

R7 – NOTÍCIAS. São Luís do Paraitinga: fotos, 06/01/2010. Disponível em:< <http://noticias.r7.com/sao-paulo/fotos/destruicao-de-sao-luis-do-paraitinga-48.html#fotos>>. Acesso: 24 de junho de 2014.

R7 – NOTÍCIAS. Quase dois anos após tragédia, São Luiz do Paraitinga ainda não tem estrutura para evitar grandes enchentes. Disponível em:<

<http://noticias.r7.com/sao-paulo/noticias/a-tres-meses-de-estacao-chuvosa-paraitinga-nao-tem-estrutura-para-evitar-grandes-enchentes-20120829.html>>. Acesso: 22 de junho de 2014.

RELPH, E. Place and placelessness. London: Pion, 1976.

ROSIN, A. C.; CUNHA, I. A. DA; CUNHA, R. D. S. da. APELL: a preparação da comunidade para emergências ambientais. In: GUIMARÃES, S. t. de L. et al. Gestão de áreas de riscos e desastres ambientais, 2012, p. 204-225. Disponível em: <http://www.rc.unesp.br/igce/newpos/new_geo/downloads/livrospos/gestao/gestao_de_areas.pdf>. Acesso: 25 de junho de 2014.

UNESCO. Expert panel on project 13: perception of environmental quality. Final Report. Programme on Man and the Biosphere (MAB). Paris: UNESCO, 1973.

UNIVERSO ONLINE – UOL. Veja como o tsunami se espalhou pelo Oceano Índico, 27/12/2004. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/ultnot/internacional/2004/12/27/ult1859u7.jhtm>>. Acesso em: 23 de junho de 2014.

VEJASP. São Luiz do Paraitinga sofre com as chuvas do início de ano 2010). Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/materia/sao-luiz-do-paraitinga-sofre-com-as-chuvas-do-inicio-de-ano>>. Acesso: 24 de junho de 2014.

WHYTE, A. V T. Guidelines for fields studies in environmental perception: MAB - Technical Notes 5. Paris: UNESCO, 1977.



Empreendedorismo e marketing urbano: a mercadorização do centro “histórico” de Tiradentes, Minas Gerais, na ótica do turismo

*Entrepreneurship and urban marketing: the commodification of the “historic”
downtown Tiradentes, Minas Gerais, from the viewpoint of tourism*

**Rodrigo Neves (autor principal)¹
Eder Jurandir Carneiro²**

1 Professor de geografia das redes pública e privada de São João del-Rei, MG. Graduado em geografia pelo Instituto de Ensino Superior Presidente Tancredo de Almeida Neves e Mestre em história pela Universidade Federal de São João Del Rei.

2 Professor de sociologia da Universidade Federal de São João Del Rei. Doutor em Sociologia e Política pela Universidade Federal de Minas Gerais.

Resumo

Este artigo tem como objetivo demonstrar como a área urbana central de Tiradentes, Minas Gerais, foi se transmutando em uma “mercadoria” turística, a partir da década de 1990. Tal transmutação ocorreu por meio do empreendedorismo e do marketing urbanos, que passaram a divulgar a cidade, em âmbitos nacional e internacional, por meio da “venda” de espaços urbanos constituídos por arquiteturas ditas “históricas”. Neste processo, a área central da cidade passou a receber mais investimentos em infraestrutura urbana e as edificações “históricas” se tornaram “espetáculos” e “valorizadas”. Isso fez com que as residências existentes no espaço composto por essas “edificações históricas” se transformassem em estabelecimentos comerciais, deslocando as populações que aí residiam para bairros menos valorizados pelo mercado imobiliário.

Palavras-chave: Turismo. Empreendedorismo urbano. Patrimônio histórico. Mercadorização.

Abstract

This article aims to demonstrate how the Central area of the city of Tiradentes in the State of Minas Gerais was turned into some “touristic” goods, from the 1990s. Such change occurred by means of entrepreneurship and urban marketing, which passed on to show this city off through the “sale” of urban areas composed by so-called “historical” architectures in the national and international scenarios. In that process, the central area of the city started to get more investments in urban infrastructure and the “historical buildings” or sites became “a feast for the eyes” and “worth a lot of money”. In this way, the homes which existed in the space composed by these “historical constructions” were turned into commercial stores and the poor residents went to live in the suburbs, which were less evaluated by the rental service.

Keywords: Tourism. Urban entrepreneurship. Historical heritage. Commodification.

1 Introdução

O presente artigo³ tem como objetivo demonstrar como a área central de Tiradentes, Minas Gerais, tornada objeto de empreendedorismo urbano e de marketing urbano, foi se transformando em uma mercadoria turística. As atividades de empreendedorismo e marketing urbanos ocorreram na década de 1990 e, valendo-se dos meios de comunicação, foram importantes para a “venda”, nos cenários nacional e internacional do turismo, de imagens de espaços da cidade compostos por algumas arquiteturas ditas “históricas”. Isso fez com que os edifícios “históricos” se

3 Este artigo é fruto de dissertação de mestrado desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de São João del-Rei.

tornassem “espetáculos” e se valorizassem e contribuiu para que as residências do território composto por essas “edificações históricas” passassem por uma “refuncionalização” e se transmutassem, na sua quase totalidade, em estabelecimentos comerciais e para que as populações mais carentes acabassem se deslocando para outros bairros menos valorizados pelo mercado imobiliário.

O marketing e empreendedorismo urbanos surgem por meio de projetos de promoção e venda das cidades. Tais projetos são elaborados pelo poder público, empresários, publicitários e têm como objetivo criar imagens, na escala global, de “modelos” relativos ao espaço urbano das cidades. Esses “modelos” aparecem a partir de ações de grupos sociais que produzem determinadas categorias de representação simbólica e de leitura do território urbano, representação essa que influencia e condiciona outros atores sociais, como novos empresários, na definição de estratégias associadas à construção da cidade-mercadoria (Sánchez, 2003).

A produção da cidade-mercadoria está relacionada à reestruturação produtiva da economia capitalista, que se constitui a partir da crise do modelo fordista, nos anos 1970. A mercadorização das cidades vincula-se à mundialização do capital produtivo, a partir de um novo modelo flexível de acumulação de riqueza (Pavlick, 2010), que fez aparecer uma forma diferente de apropriação territorial, através do enfraquecimento dos Estados Nacionais em sua função de controlar e proteger seus territórios. Tratar-se-ia de uma espécie de “desgovernamentalização do Estado”, conceito foucaultiano utilizado por Henri Acselrad (2006), que faz com que o Estado nacional repasse as responsabilidades de controlar os territórios e planejar iniciativas de atração de capitais privados, recursos públicos e gastos de consumo. Nesse cenário, aguçam-se as disputas interterritoriais e interlocais “pela oferta de possibilidades de consumo de lugar, pela atração de turistas e de projetos/eventos culturais” (Acselrad, 2004, p.30-31).

A competição interlocal e interterritorial surge inerentemente ao marketing e empreendedorismo urbanos, que têm como objetivo divulgar a imagem da cidade-mercadoria e fazer com que diferentes espaços geográficos sejam submetidos a diversas formas de produção, apropriação e controle privado. Para Fernanda Sánchez (2003), esses processos estão associados à produção simbólica relacionada de um espaço como dotado de “atrativos turísticos” e que deve ser “consumido” por turistas. A construção simbólica dominante se hegemoniza no curso de lutas simbólicas entre diversos atores sociais que disputam a imposição de significados e definições do mundo social.

Nessas disputas, os atores sociais se orientam pelos seus respectivos habitus,

princípio subjetivo que orienta a forma como as pessoas passam a ver o mundo social e atuar sobre ele. O habitus se constrói ao longo da socialização dos indivíduos que, compartilhando determinada posição social e trajetórias de vida, experimentam certa homogeneização de gostos e preferências e percepções do mundo social (Bourdieu, 1989). Pode-se, então, compreender que as significações sociais, “ao serem interiorizadas pelos indivíduos, estruturam identidades⁴ e, quando exteriorizadas, assumem função estruturante⁵ da memória de uma sociedade” (Cesário; Nolli, 2007, p. 3). As significações se tornam “instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação, de conhecimento” (Bourdieu, 1989, p. 11) e de poder de constituição simbólica do real. Isso quer dizer que, por meio da imposição social das significações, se exerce uma “violência simbólica”, que interdita a emergência ou a consolidação de outras significações sociais alternativas (Idem, 1989).

No caso das “cidades históricas”, essa violência simbólica cria o “modelo” de cidade-mercadoria voltada para o turismo. Esse modelo vem acompanhado da venda das arquiteturas e monumentos “históricos”, através do marketing urbano que, por meio dos meios de comunicação (jornais impressos, internet, folders, TV etc.), produz uma nova significação dos edifícios “históricos” e divulga as imagens dessas edificações em âmbito nacional ou internacional. Tal imagem atrai turistas de várias localidades, que passam a enxergar essas edificações como parte da “história” do país e são induzidos a se deslocar para essas cidades e “consumir” o espaço urbano composto por edificações ditas históricas (Cifelli, 2005).

O marketing urbano contribui para a “revitalização”, “refuncionalização” e a transformação territorial dos espaços urbanos a serem “vendidos”, espaços esses que ganham novas representações simbólicas. Tais representações promovem a percepção e a apropriação, pelo público, de determinadas paisagens urbanas de acordo com as significações territoriais produzidas pelos promotores turísticos, voltadas para a acumulação de capital. Elas criam imagens que dão ênfase a alguns aspectos do espaço urbano de uma cidade e excluem outros. Esses aspectos estão relacionados à produção do “modelo” de cidade-mercadoria, que responde aos interesses dos atores sociais e políticos hegemônicos, que direcionam a produção simbólica e espacial dos espaços urbanos (Junior, 2003).

Rafaelle Camilla dos Santos Pinheiro e Cristiane Alcântra de Jesus Santos (2012) ressaltam que a “revitalização” está relacionada à restauração das formas físicas dos

4 A estruturação de identidade surge pelos “instrumentos estruturados que são os meios de comunicação (língua ou culturas, vs. discurso ou conduta)” (BOURDIEU, 1989, p. 16).

5 Os instrumentos estruturantes são “instrumentos de conhecimento e de construção do mundo objectivo” (Idem, 1989, p. 16).

edifícios ou de locais “degradados”. As autoras explicam que este processo tem como objetivo transformar estes locais em espaços voltados para o turismo e o lazer. Tarcísio Botelho (2005), complementando essa idéia, ressalta que a “revitalização” ocorre juntamente com o marketing urbano de venda da marca das “cidades históricas” e faz com que o “patrimônio cultural e histórico” tenha valor “mercadológico”.

Irllys Alencar Barreira (2003) salienta que a “revitalização” e a “mercantilização” de algumas áreas de “cidades históricas” fazem com que os edifícios “históricos” se transmutem em palcos de representações do passado de acordo com os interesses econômicos de determinados grupos sociais, como publicitários, prefeitos, empresários, etc., voltados para as atividades turísticas do presente. Maria Duarte Paes Luchiari (2005) salienta que o conceito de “refuncionalização” é a mais apropriado para capturar a natureza desses fenômenos, já que a apropriação das edificações “históricas”, na ótica do turismo, e a transmutação do patrimônio “histórico” em “mercadoria” estão associadas à “refuncionalização” dos edifícios históricos como objetos/cenários para o consumo turístico.

Para Everaldo Batista da Costa (2008), a transmutação urbana das cidades “históricas” está associada ao processo de “refuncionalização” das “edificações históricas”, que atende aos interesses econômicos e insere os centros “históricos” no mercado global de competição entre as cidades, através do turismo, sobretudo o cultural. O autor explica que o espaço geográfico ganha diferentes funções no decorrer do tempo histórico, que se concretizam por meio de ações sociais, que produzem valores materiais e simbólicos para o território. Tais valores atendem às necessidades socioeconômicas de determinado período. No caso da transmutação urbana dos centros “históricos”, as necessidades econômicas contribuem para que os edifícios “históricos” ganhem valores simbólicos e materiais voltados para o mercado global turístico. Trata-se da produção da imagem de um território que passa a sensação de pertencimento “histórico” que atrai o turista predisposto a consumir o patrimônio “histórico” assim mercantilizado. Dessa ótica, Costa (Idem, 2008, p. 71-72) salienta que

[...] reconhecendo que a refuncionalização do patrimônio nas cidades históricas o faz adquirir valor de mercado, entende-se que pode ocorrer um descompromisso com o passado, com o lugar e com as pessoas, através de uma nova tendência global que estabelece a mundialização dos lugares, de todos os valores, relações e da própria cultura [...]

A “refuncionalização” contribui, cada vez mais, para que empreendedores, instituições privadas, poder público etc. invistam em infraestruturas urbanas no espaço “histórico” de atrativo turístico. Isso faz com que as residências das áreas “históricas” se tornem, em grande parte, estabelecimentos comerciais e com que essas áreas se valorizem, tornando-se objeto da especulação imobiliária que, para Heloi-

sa Soares de Moura Costa, Alexandre Magno de Oliveira e Marcelo Viana Ramos (2003), produzem a segregação territorial. Isso quer dizer que, num contexto de valorização da terra e dos imóveis de áreas centrais degradadas que ganham novas funções econômicas voltadas para o turismo, as populações de baixa renda que vivem nessas áreas acabam vendendo suas casas por valores relativamente baixos e são induzidas a se deslocar para bairros periféricos excluídos e invisíveis para o turismo. Esses bairros vão crescendo desordenadamente sem os necessários equipamentos e serviços de infraestrutura urbana, devido à gestão urbana regressiva, que concentra investimentos nas áreas em que se localizam os “patrimônios históricos arquitetônicos”, que se tornam mercadorias consumíveis para o turista.

A seguir, apresentam-se a emergência e o desenvolvimento de processos de *marketing* e empreendedorismo urbanos que contribuíram para a “refuncionalização” do centro “histórico” em Tiradentes, provocando a valorização dos terrenos e imóveis, a especulação rentista e consequente segregação territorial.

1. Turismo, empreendedorismo e *marketing* urbano: a venda da cidade de Tiradentes, no mercado turístico

Os processos acima caracterizados só ocorrem em Tiradentes a partir dos anos 1990. Contudo, já na década de 1980, verificam-se algumas mudanças no espaço urbano da área central de Tiradentes que vão contribuir para o posterior desenvolvimento do empreendedorismo e do *marketing* urbanos.

Essas mudanças na área central surgiram por iniciativa de Yves Alves, ex-diretor da rede Globo Minas, que, ao visitar Tiradentes nos anos 1980, teria “se emocionado” com o estado de ruínas em que se encontravam as edificações “históricas” (Inventário de proteção do acervo cultural de Tiradentes, 2002). Ele criou, no ano de 1982, a SAT - Sociedade dos Amigos de Tiradentes, juntamente com outras pessoas, como John Parsons, proprietário, desde os anos 1970, do Hotel Solar da Ponte, Joaquim Falcão, atual diretor da Escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas, na cidade do Rio de Janeiro, e Ângelo Oswaldo, à época assessor do ex-prefeito de Ouro Preto, Alberto Caram (Morici, 2006).

A Sociedade dos Amigos de Tiradentes (SAT) proclama com seu objetivo a preservação do “patrimônio histórico” da cidade. Dessa ótica, no ano em que foi criada, os membros⁶ da entidade contribuíam com uma quantia anual voltada para a contrata-

⁶ Segundo depoimento de John Parsons, coletado para a elaboração desse trabalho, a SAT passou a ser composta por mais ou menos 100 pessoas, alguns moradores de origem tiradentina e pessoas que visitavam a cidade e ficavam “emocionadas” com o estado de declínio em que se encontravam os edifícios do chamado centro histórico.

ção de profissionais da construção civil e a conservação dos edifícios “históricos” da cidade. Essa instituição, nesse período, não se preocupou com a restauração dos imóveis, mas com obras mínimas e emergenciais que conservassem os casarios “históricos” da área central da cidade que estavam ameaçados de desabamento. Isto ocorria, pois, apesar da ajuda financeira dos membros da SAT, o dinheiro que essa instituição recolhia era pouco para a restauração dos imóveis do chamado centro histórico.

Nessa perspectiva, em um primeiro momento, a SAT, através de obras mínimas, impediu que trinta casas desabassem e, posteriormente, em parceria com o IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) e a Fundação Roberto Marinho, recuperou outras edificações, incluindo o Solar Ramalho, em que atualmente se localiza a sede da SAT e também do IPHAN (Campos, 2006).

Esse processo contribuiu, aos poucos, para que, por intermédio de Yves Alves, a Fundação Roberto Marinho começasse a divulgar o “patrimônio histórico” da cidade nas emissoras de TV da Rede Globo (Inventário de proteção do acervo cultural de Tiradentes, 2002). Isso fez com que aparecessem iniciativas visando à transformação do espaço central de Tiradentes e conservação dos edifícios “históricos”. Dentre essas transformações, podemos citar a instalação da rede subterrânea⁷ de energia elétrica, que, segundo Lélia Coelho Frota (1993, p. 114), “adaptou a iluminação pública ao caráter do período colonial” e foi responsável pela reforma da praça do Largo das Forras, que esteve associada ao projeto paisagístico que, a pedido de Maria do Carmo Nabuco (socialite do Rio de Janeiro, que se preocupava com a “conservação patrimonial”), foi gratuitamente realizado por Burle Marx (Idem, 1993).

É nessa perspectiva que essas iniciativas de transformação do espaço do centro “histórico” de Tiradentes foram importantes, na virada da década de 1980 para 1990, para o surgimento do empreendedorismo e marketing urbanos em Tiradentes. Nesse período, alguns atores, como empresários, publicitários e representantes do poder público, começaram a promover a conversão do espaço urbano constituído por elementos do “patrimônio histórico” em “cenário-mercadoria” para consumo de turistas solventes.

A conversão se fez por meio da publicidade, da “venda” da imagem da cidade, em âmbitos nacional e internacional, em jornais impressos, internet e emissoras da Rede Globo, e mediante a produção de “eventos”, tais como a Mostra de Cinema e o Festival Internacional de Gastronomia⁸. Surgiram também, folders que circulavam em outras cidades e eram confeccionados pelo poder público local e que divulga-

7 Essa instalação teve apoio da CEMIG.

8 Eventos criados em 1997 (Inventário de proteção do acervo cultural de Tiradentes, 2002).

vam, a partir de imagens e textos, o “patrimônio histórico” da cidade, a existência do percurso da Maria-Fumaça que liga Tiradentes a São João del-Rei, a Mostra de Cinema e o Festival Internacional de Gastronomia. Além desses folders, o jornal Tiradentes, criado em 1997 e que tinha circulação mensal, também fazia essa divulgação. Edições desse jornal (de junho e dezembro de 1997; de junho e agosto de 1998; de abril, julho e setembro de 1999 e de fevereiro de 2000) ilustravam, na capa do periódico, fotografias e manchetes associadas às residências ditas “históricas” ou à Maria Fumaça, convidando pessoas a conhecer uma “autêntica” cidade “histórica dos séculos XVIII e XIX”. Nesse sentido, na edição de junho de 1997, argumenta-se que vale à pena conhecer Tiradentes e apreciar as edificações “históricas”, a comida mineira, as pousadas, o clima e as ruas da cidade. É o que se vê no excerto abaixo que, ao se referir ao centro “histórico” da cidade, diz que

[...] ares diferentes, gente interessante, casarões de quase três séculos [...], comida selecionada, pouso aconchegante, arte para tudo quanto é lado, clima romântico, luar elegante, ruas charmosas... tudo isso é Tiradentes [...] (TIRADENTES, nº 3, junho de 1997).

Outro excerto do jornal, do mês de junho de 1998, salienta o seguinte:

[...] Tiradentes tem uma boa infraestrutura para receber os turistas. A cidade oferece inúmeras pousadas e restaurantes com pratos variados, além de lojas de artesanato local. Os passeios podem ser feitos na Serra de São José, acompanhado de um guia. As igrejas históricas estão sempre abertas para visitação, inclusive nos fins de semana e feriados. Outros pontos tursticos são: o Chafariz, a Cadeia Pública, o Museu Padre Toledo dentre outros [...] (TIRADENTES, nº 15, junho de 1998).

No que diz respeito aos eventos da Gastronomia e da Mostra de Cinema, os excertos dos meses de julho de 1999 e fevereiro de 2000 ressaltam que

[...] Tiradentes, com seu clima agradável de montanha, sua arquitetura barroca e ótima infraestrutura turstica de pousadas, hotéis e restaurantes, é o cenário ideal para um sedutor evento cultural e gastron mico [...]. Tendo como objetivo levar a Tiradentes artistas de todas as áreas e grandes chefes de expressão internacional, o II Festival de Cultura e Gastronomia terá lugar no mês de agosto de 1999 (TIRADENTES, nº 28, julho de 1999).

[...] a Mostra de Cinema de Tiradentes, em sua terceira edi o, abriu oficialmente o calendário de eventos audiovisuais de 2000. A Mostra consolida-se como maior painel do cinema brasileiro e representante oficial de Minas Gerais no circuito de eventos audiovisuais nacional, de acordo com o Fórum Brasileiro de Realizadores de eventos audiovisuais [...] (TIRADENTES, nº 35, fevereiro de 2000).

Percebe-se também nas edi es do jornal Tiradentes como o “patrim nio hist ri-

co” e a cidade de Tiradentes, passaram a ser divulgados por grandes jornais e redes de televisão, mediante investimentos feitos pela prefeitura:

Tiradentes é hoje motivo de orgulho não só para os tiradentinos como para todos os brasileiros. Para que a cidade viesse sediar eventos importantes do calendário cultural do país como o Festival de Gastronomia e a Mostra de Cinema, muita coisa teve que ser feita [...]. A prefeitura, além de tentar resolver os problemas básicos como saúde, educação, transporte, estradas e outros desafios, tem investido na divulgação da cidade em grandes jornais como Folha de São Paulo, O Globo, Estado de Minas, o Tempo, e em redes de televisão como Bandeirantes e Globo (Tiradentes, nº 25, abril de 1999).

O *marketing* urbano feito pela mídia, jornais impressos, TV e internet, contribuiu para a produção simbólica do “modelo” de cidade-mercadoria e da “marca” de Tiradentes como uma “cidade colonial” voltada para o “consumo” turístico e para a divulgação da cidade em âmbito nacional e internacional. Os agentes da mercadorização de Tiradentes buscam, com isso, identificar um “nicho” para a venda da cidade nos mercados nacional e global do turismo, inscrevendo-se como sujeitos ativos nas disputas interlocais. Com efeito, a cidade passa a atrair contingentes cada vez maiores de turistas, o centro “histórico” se tornasse valorizado e recebe investimentos de empresários, em maioria forâneos, que aceleram a implantação de restaurantes, lojas e pousadas. E as residências que se localizavam no centro “histórico”, se transformaram, em sua maioria, em estabelecimentos comerciais.

A valorização do centro “histórico” fez com que, na virada do século XX para o XXI, se intensificasse a restauração, feita pelos empresários, das fachadas dos edifícios “históricos”. E a população tiradentina de baixa renda que residia no centro “histórico” foi, aos poucos, induzida a se deslocar para bairros periféricos e precarizados em infraestrutura urbana. Em depoimentos de ex-moradores do centro “histórico”, que solicitaram permanecer em anonimato, nota-se que grande parte da população de Tiradentes se deslocou do centro para as periferias da cidade, devido à pressão resultante da valorização dos imóveis, a problemas com herdeiros e à carência de recursos financeiros necessários para realizar as ações de restauração das residências demandadas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.

Isto fez com que, aos poucos, o centro “histórico” passasse por uma “refuncionalização” e se transmutasse em cenário mercadológico (ver **fotografias 1, 2**) voltado para turistas e com que grande parte da população de Tiradentes fosse excluída do usufruto desse espaço.

Fotografia 1. Rua Ministro Gabriel Passos, na década de 1980.



Fonte: Acervo do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.

Fotografia 2. Rua Ministro Gabriel Passos, no ano 2012



Fonte: NEVES, 2012

Com efeito, como afirma Américo Pellegrini Filho (2000, p. 35),

“entre o final de 1990 e início de 2000, mais de 65 pousadas e hotéis procuram atrair o turista, em especial nos fins de semanas comuns e/ou fim de semanas prolongadas por feriados, além das épocas de férias”.

Segundo a opinião dos ex-moradores do centro “histórico”, entrevistados⁹ no ano de 2012, a refuncionalização da área central de Tiradentes trouxe o benefício da geração de empregos. Para esses ex-moradores, antes do boom do turismo, grande parte dos tiradentinos tinha que migrar para outras cidades à procura de trabalho. Com a dinamização do turismo, a cidade passou a proporcionar empregos nos estabelecimentos comerciais e pousadas, principalmente de forma temporária, notadamente durante “eventos” como a Mostra de Cinema e o Festival de Gastronomia. Trata-se, contudo, de empregos informais, de baixa remuneração, para trabalhadores não qualificados. Segundo Helcio Ribeiro Campos (2006, p. 133),

[...] a população local, não podendo ser proprietária de equipamentos ou serviços de apoio turístico e com baixa qualificação, emprega-se em atividades de baixa remuneração e com longas jornadas de trabalho, em especial na temporada dos eventos. São criados, com frequência, subempregos para a população local. Muitos são empregados dos “forasteiros” ou ocupam atividades não registradas, mas que atendem a demanda turística, como, por exemplo, charreteiros, vendedores de picolé e de pipoca, guias de turismo não registrados etc. [...]

Esse processo gerou a segregação territorial e exclusão social, pois parte da população local se tornou mão de obra barata para os empresários forâneos e se viu privada da utilização da área central para atividades de lazer, uma vez que o preço das mercadorias ali comercializadas (comidas, peças de artesanato etc.) estão além das possibilidades de consumo dos moradores de baixa renda, que agora habitam bairros periféricos da cidade (como Mococa, Várzea de Baixo etc.).

2. Turismo e segregação territorial em Tiradentes

Os agentes promotores da “refuncionalização” das áreas compostas por arquiteturas “históricas” buscam legitimá-la pelo discurso do “desenvolvimento econômico” gerado pelo turismo, que supostamente traria benefícios a todos os cidadãos. Contudo, a segregação territorial produzida induz a formação de novos bairros periféricos, excluídos e invisibilizados para o turismo, nos quais se realiza a ocupação residencial sem o

9 Foram entrevistados cinco ex-moradores do centro “histórico” de Tiradentes, que salientaram que até meados dos anos 1990 havia moradores de origem tiradentina no centro, mantendo relação afetiva com o espaço geográfico da área central. No entanto, a partir da virada dos anos 1990 para os anos 2000, o centro passou a ser composto, em grande parte, por estabelecimentos comerciais voltados para os turistas.

provimento de equipamentos e serviços de infraestrutura urbana. Aqui, desempenha papel central o poder público local que, capturado pelos capitais investidos nos negócios do turismo e no mercado imobiliário, concentra os investimentos públicos nas áreas compostas por elementos do “patrimônio histórico”, que se tornam mercadorias para o consumo de turistas. Nesse sentido, Henri Acselrad (1999, p. 3) explica que

[...] quando o crescimento urbano não é acompanhado por investimentos em infra-estrutura, a oferta de serviços urbanos não acompanha o crescimento da demanda. A falta de investimentos na manutenção dos equipamentos urbanos virá, por sua vez, acentuar o déficit na oferta de serviços, o que se reverterá espacialmente sob a forma de segmentação socioterritorial entre populações atendidas e não atendidas por tais serviços [...]

Em Tiradentes, o processo de segregação se intensificou na virada dos anos 1990 para a década de 2000, através do *boom* do turismo, que provocou a valorização acelerada dos imóveis. O centro foi passando por um processo de “refuncionalização” e transformação, sendo ocupado, em sua quase totalidade, por empresários forâneos que transformaram a maioria das residências em estabelecimentos comerciais. As famílias tiradentinas que residiam no centro, por questões relativas à herança e por não disporem de recursos financeiros para restaurar suas casas de acordo com as normas impostas pelo IPHAN, venderam suas casas por um valor relativamente baixo, se deslocando para bairros periféricos. Segundo Helcio Ribeiro Campos (2006), alguns desses bairros, como o Recanto da Serra (Mococa), Alto da Torre e Várzea de Baixo, vêm crescendo sem o provimento de infraestrutura urbana e são ocupados, principalmente, por residências da população tiradentina de baixo poder aquisitivo, que, em parte, residia no centro “histórico”.¹⁰

Os territórios excluídos acabam tendo problemas de saneamento básico (coleta e tratamento de lixo e esgoto), de desabamentos, falta de água potável (principalmente em épocas de “eventos” turísticos), inundações etc. e, muitas vezes, localizam-se em áreas distantes dos estabelecimentos de comércio e serviços urbanos mais básicos.

Em Tiradentes, a gestão urbana regressiva fez com que os bairros periféricos que surgiram e se desenvolveram fossem relegados ao esquecimento. As pessoas que residem nesses bairros têm que se deslocar para a cidade vizinha de São João del-Rei¹¹, para ter acesso a determinados bens e serviços básicos.

10 Segundo os depoimentos dos ex-moradores do centro “histórico”, a maioria das pessoas que venderam as suas casas na área central foi morar no Recanto da Serra e no Alto da Torre.

11 Segundo depoimentos dos ex-moradores do centro “histórico”, essas pessoas se deslocam para São João del-Rei, pois os produtos oferecidos na cidade vizinha são mais baratos, já que em Tiradentes os produtos e serviços básicos são oferecidos por estabelecimentos localizados no centro “histórico” ou em suas proximidades e vendem produtos mais caros voltados, principalmente, para turistas.

3. Conclusão

Nos anos 1990 e 2000, o centro “histórico” de Tiradentes foi objeto de um processo de produção simbólica que o converteu em cidade-mercadoria sob a “marca” de uma “autêntica” “cidade histórica dos séculos XVIII e XIX”. Operações de *marketing* urbano divulgaram a cidade em âmbito nacional e internacional, por meio da utilização da internet, *folders*, emissoras da Rede Globo, Fundação Roberto Marinho, jornais impressos etc. Essa produção foi feita por empresários, publicitários e representantes do poder público etc. e contribuiu para que a área central da cidade fosse, aos poucos, sendo “refuncionalizada”.

A “refuncionalização” esteve relacionada à restauração das formas físicas das edificações do centro “histórico” de Tiradentes, que foram transmutadas em “mercadorias” voltadas para o turista, isto é, o “patrimônio cultural e histórico” passou a ter um valor “mercadológico”.

Assim, a Maria Fumaça que liga Tiradentes a São João del-Rei, as igrejas, e os casarios “históricos” se tornaram objeto de representações do passado construídas de acordo com os interesses econômicos do presente, relacionados ao negócio do turismo em torno do qual se articulam atores sociais como prefeitos, donos de agências de turismo, empresários, publicitários etc. Nesse sentido, Everaldo Batista da Costa e Bernadete Castro (2008, p. 24) explicam que a divulgação da imagem de Tiradentes, MG, contribuiu para a transmutação da cidade “em um espaço atrativo e “chegável”, inserindo-a na lógica da competição internacional entre os lugares”.

Outros fatores que contribuíram para essa transmutação foram os eventos da Mostra de Cinema e o Festival Internacional de Gastronomia, criados em 1997. As peças de divulgação do “patrimônio histórico”, da Mostra de Cinema e do Festival Internacional de Gastronomia fizeram intensificar a especulação imobiliária no centro “histórico”, assim como o deslocamento da população tiradentina do centro “histórico” para bairros periféricos. Grande parte da população local de baixa renda passou a frequentar o centro “histórico” apenas para trabalhar, deixando de se relacionar com a área central como um local constituído de vida e identidade.

O empreendedorismo urbano abrange um conjunto de estratégias de rentabilização do território¹² cujo grau de aplicabilidade e cujas combinações dependem das singularidades de cada situação, isto é, da configuração territorial pré-existente e dos atores locais e suas relações de força. O processo que se desenvolve em Tira-

12 Harvey aponta como exemplos dessas estratégias “a exploração de vantagens específicas para a produção de bens e serviços”, a busca pela melhoria da posição relativa da cidade na “divisão espacial do consumo”, o estímulo ao desenvolvimento de “atividades de controle e comando referentes às altas finanças, ao governo, à coleta de informações e ao seu processamento” e o incremento de “vantagem competitiva com respeito à redistribuição de superávits através dos governos centrais” (HARVEY, 2005-b: 174-178).

dentes apresenta singularidades e similitudes *vis-à-vis* as características típicas de iniciativas de empresariamento urbano que têm tido lugar em um sem-número de outras cidades do Brasil e do mundo. Tais similitudes se reportam à operação da lógica de espacialização da economia-mundo, em seu atual estágio de desenvolvimento. As singularidades resultam da configuração do território urbano tiradentino herdada e da posição relativa de Tiradentes no “mercado mundial de cidades”.

A maior especificidade do caso de empresariamento urbano em exame reside na ausência de um “planejamento estratégico”, ou seja, a refuncionalização do centro “histórico” de Tiradentes resultou da interação, em grande medida não orquestrada, de um conjunto de iniciativas encetadas por agentes localizados em diferentes campos. A configuração territorial herdada - resultante da preservação de um conjunto significativo de imóveis dos séculos XVIII e XIX - orientou a recente construção de estabelecimentos comerciais no centro “histórico” no sentido da reprodução das linhas arquitetônicas do “barroco mineiro”. Isso parece ter estimulado certa convergência de interesses entre políticos locais, empresários tiradentinos e forâneos e pessoas e entidades concernidas com a “preservação” do “patrimônio histórico”. Com efeito, os apelos a uma suposta “integridade histórica intocada” do centro de Tiradentes (por oposição, por exemplo, à destruição dos imóveis dos séculos XVIII e XIX que teve lugar na vizinha cidade de São João del-Rei) constituem peça central do esforço de construção e afirmação da imagem do território como *locus* de uma autêntica cidadezinha mineira dos períodos colonial e imperial. Essa configuração seria, assim, erigida em “diferencial” da cidade em relação às demais cidades “históricas” mineiras, no contexto da competição interlocal pela atração de capitais forâneos. Como nos lembra Arantes (2000), ao descrever o pioneiro processo de empreendedorismo urbano ocorrido na Baltimore do início da década de 1970, a produção da “autenticidade” local é forte característica congênita do empreendedorismo urbano.

Referências

ACSELRAD, Henri. **Desregulamentação, contradições espaciais e sustentabilidade urbana**. Revista Paranaense de Desenvolvimento, Curitiba, nº 107, p. 25-38, jul. /dez. 2004.

ACSELRAD, Henri. **Discursos da sustentabilidade urbana**. Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais, nº 1, ANPUR-Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional, 1999.

ACSELRAD, Henri. **Território Localismo e Política de Escalas**, in: ACSELRAD, H. et al. (orgs), **Cidade, ambiente e política: problematizando a Agenda 21 local**, Rio de

Janeiro: Garamond, 2006, p. 13-32.

ARANTES, Otília, Uma estratégia fatal: a cultura nas novas gestões urbanas, in: ARANTES, Otília, VAINER, Carlos e MARICATO, Hermínia, **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**, Petrópolis: Vozes, 2000.

BARREIRA, Irllys Alencar F. **A cidade no fluxo do tempo: invenção do passado e patrimônio**. Sociologias n°9, Porto Alegre Jan./Jun. 2003.

BOTELHO, Tarcísio R. **Revitalização de Centros Urbanos no Brasil: uma análise comparativa das experiências de Vitória, Fortaleza e São Luís**. Revista eure, Santiago do Chile, n° 939, p. 53-71, agosto, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Lisboa / Portugal: Difel, 1989.

CAMPOS, Helcio Ribeiro. **Transformações Urbanas Recentes em Tiradentes-MG: Anos 80 e 90 do século XX**. (Mestrado em geografia)-Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

CESÁRIO, Ana Cleide Chiarotti; NOLLI, Joana D^{''} Arc Moreira. **Patrimônio cultural, memória e cidadania**. XIII Congresso Brasileiro de Sociologia, Recife (PE), 2007.

CIFELLI, Gabrielle. **Turismo, Patrimônio e Novas Territorialidades em Ouro Preto-MG**. Dissertação (Mestrado em Geografia)-Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2005.

COSTA, Everaldo Batista da; CASTRO, Bernadete. **O processo de “banalização pela cenarização” em núcleos urbanos tombados: o caso de Tiradentes – MG**. Geografias Artigos Científicos, n° 04, Janeiro-Junho, 2008.

COSTA, Everaldo Batista da. **Refuncionalização de Patrimônio cultural e a nova racionalidade da organização sócio-espacial em núcleos urbanos tombados**. Estudos Geográficos. Rio Claro. 6(2), 2008, p. 53-73.

COSTA, Heloisa Soares de Moura; OLIVEIRA, Alexandre Magno de; RAMOS, Marcelo Viana. **POPULAÇÃO, TURISMO E URBANIZAÇÃO: CONFLITOS DE USO E GESTÃO AMBIENTAL**. GEOgraphia -Ano V – Nº 10 - 2003.

FILHO, Américo Pellegrini. **Turismo cultural em Tiradentes: estudo de metodologia aplicada**. São Paulo: Manole, 2000.

FROTA, Lélia Coelho. **Tiradentes: retrato de uma cidade**. Rio de Janeiro: Campos Gerais; Fundação Rodrigo Mello Franco de Andrade, 1993.

HAESBAERT, Rogério. **O Mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.

INVENTÁRIO DE PROTEÇÃO DO ACERVO CULTURAL DE TIRADENTES - Olinto Rodrigues dos Santos Filho - Pesquisa Histórica e texto: Rogério de Almeida - 125 Fotografia / Revisão / Formatação / Texto. Almir Ernane da Fonseca / Eros Miguel da Conceição, 2002.

JUNIOR, Pedro de Novais Lima. **Uma estratégia chamada planejamento estratégico: deslocamentos espaciais e atribuições de sentido na teoria do planejamento urbano.** (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional)-Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.

LUCHIARI, Maria Tereza Duarte Paes. **A reinvenção do patrimônio arquitetônico no consumo das cidades.** GEOUSP - Espaço e Tempo, São Paulo, nº 17, 2005.

MORICI, Carlos. **Yves a tirania do bem.** São Paulo: Editora Globo, 2006.

NEVES, Rodrigo. **Turismo: A apropriação e transformação do espaço geográfico do centro histórico de Tiradentes, MG.** (Monografia de conclusão do curso de geografia)-IPTAN-Instituto de Ensino Superior “Presidente Tancredo de Almeida Neves”, São João del-Rei, MG, 2007.

NEVES, Rodrigo. **História e turismo: a “mercadorização” do “patrimônio histórico” e a elitização da área central de Tiradentes, Minas Gerais (1980-2012).** (Mestrado em história). Universidade Federal de São João Del Rei, São João del-Rei, 2013.

NEVES, Rodrigo; CARNEIRO, Eder. Jurandir. **IMAGENS DO PATRIMÔNIO E TURISMO: METAMORFOSES E MERCADORIZAÇÃO DO TERRITÓRIO CENTRAL DE TIRADENTES, MINAS GERAIS.** Espaço e Geografia (UnB), v. 15, 2012, p. 407-441.

OLIVEIRA, Patrícia Gonzaga de. **Pousada e Território Um Estudo de Caso da Cidade de Tiradentes-MG.** (Mestrado em hospitalidade). Universidade de Anhembi Morumbi, São Paulo, 2006.

PAVLICK, Mariana. **Políticas para a recuperação de áreas em cidades latino-americanas. Estudo de caso: São Paulo, Santiago do Chile e Buenos Aires.** (Mestrado em planejamento urbano e regional). Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

PINHEIRO, Rafaelle Camila dos Santos; SANTOS, Cristiane Alcântara de Jesus. **Revitalização urbana e turismo: o caso do centro histórico de Aracaju (Sergipe, Brasil).** Turismo & Sociedade, v. 5, n. 1, abril, 2012, p. 275-294.

VAINER, Carlos B. **Pátria, Empresa e Mercadoria: Notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano.** In: ARANTES, Otília B. Fiori; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. **A Cidade do Pensamento Único: Desmanchando consensos.** Petrópolis/RJ: Vozes, 2000, p.75-103.

SÁNCHEZ, Fernanda. **A Reinvenção das cidades para um mercado mundial**. Chape-có/SC: Argos, 2003.

TIRADENTES, Nº 3, JUNHO DE 1997.

TIRADENTES, Nº 9, DEZEMBRO DE 1997.

TIRADENTES, Nº 15, JUNHO DE 1998.

TIRADENTES, Nº 17, AGOSTO DE 1998.

TIRADENTES, Nº 25, ABRIL DE 1999.

TIRADENTES, Nº 28, JULHO de 1999.

TIRADENTES, Nº 30, SETEMBRO de 1999.

TIRADENTES, Nº 35, FEVEREIRO de 2000.



Festa de padroeiro e rituais festivos no território Kalunga: o sentido da tradição em um sítio patrimonial

Patron saint feast and festive rituals in kalunga territory: the meaning of tradition in a heritage site

Luana Nunes Martins de Lima¹

¹ Geógrafa e turismóloga. Doutoranda em Geografia pela Universidade de Brasília.
luanunes_7@hotmail.com

Resumo

As festas de padroeiros realizadas nas comunidades quilombolas do Sítio Histórico e Patrimônio Cultural Kalunga, em Goiás, constituem tradições que vinculam valores simbólicos à reprodução material da vida. A proposta deste artigo é compreender o sentido destas tradições festivas e sua inserção em um sítio patrimonial, a partir de uma festa de padroeiro na qual se realizou trabalhos de campo e pesquisa participante - a Romaria de Nossa Senhora Aparecida. Em sua dimensão religiosa, as festas e rituais religiosos atribuem ao espaço sentidos de pertença, e ao grupo que deles compartilham e os vivenciam, uma identidade própria. Assim, é possível afirmar que o patrimônio destas comunidades não é percebido pelos seus moradores com base nos atributos de uma institucionalidade legada ao seu território, mas, sobretudo, pelos sentidos da tradição vivida coletivamente, o que maximiza as relações afetivas sobre o lugar.

Palavras-chave: Festas. Rituais. Kalunga. Tradição. Sítio patrimonial.

Abstract

The patrons saints festivities held in the quilombolas communities of Sítio Histórico e Patrimônio Cultural Kalunga, in Goiás, are traditions that bind symbolic values to the material reproduction of life. The purpose of this article is to understand the meaning of these festive traditions and its insertion in a heritage site, from a patron saint feast in which was held fieldworks and participatory research - the Romaria de Nossa Senhora Aparecida. In its religious dimension, the feasts and the religious rituals assign senses of belonging to the space and, to the group that share and experience this space, their own identity. Thus, is possible to say that the heritage of these communities is not perceived by its residents based on the attributes of an institutional legacy to their territory, but mainly, by the meaning of tradition collectively experienced, which maximizes the affective relations in the place.

Keywords: Feasts. Rituals. Kalunga. Tradition. Heritage site.

1 Introdução

Conforme destacado em estudos anteriores (LIMA, 2013), os Kalunga formam comunidades remanescentes de quilombos que se situam nos municípios de Cavalcante, Monte Alegre de Goiás e Teresina de Goiás, na mesorregião Norte Goiano. Seu território, reconhecido pela Lei Complementar do Estado de Goiás, número 11.409-91 como Sítio Histórico e Patrimônio Cultural Kalunga², abrange uma área de 253,2 mil hectares do Cerrado. A população do sítio formou-se de quilombolas, de índios, de posseiros e de proprietários de terras que adentravam a região.

As comunidades Kalunga possuem um calendário anual de festas em devoção aos santos católicos, estruturado principalmente de acordo com os ciclos de plantio e colheita, chuva e seca. Por meio dessas festas religiosas, os Kalunga manifestam a sua religiosidade e, assim, procuram dar sentido ao mundo e à sua existência, assegurando seu território ao manter sua cultura.

A Romaria de Nossa Senhora Aparecida nas comunidades Diadema e Ribeirão, em Teresina de Goiás, objeto de análise e interpretação neste artigo, é uma dessas festas que ocorre numa dinâmica impregnada de representações ritualísticas. A repetição desta festa ao longo dos anos expressa uma devoção que qualifica a religiosidade Kalunga. Para os moradores católicos a festa é uma forma de agradecimento e louvor pela graça recebida da santa e, ao mesmo tempo, a maneira de continuarem recebendo e por ela serem abençoados. A tradição, então, é o fator que condiciona a continuidade das práticas religiosas. Assim como postulou Hatzfeld (1993), a religião é uma atividade simbólica tradicional que retoma elementos tradicionais, garantindo sua transmissão e conservação. A repetição cerimonial é que permite sua continuidade. Para o autor, “todas as religiões [...] exprimem-se por meio de práticas simbólicas tão significativas como os discursos. Os rituais dizem e fazem tudo ao mesmo tempo” (HATZFELD, 1993, p. 44).

Os rituais são essenciais nas festividades Kalunga, porque valorizam as tradições da comunidade, evocam sentimentos de religiosidade, impõem relações de normas, de organização coletiva e de afirmação da identidade do grupo. Eles impulsionam as festas religiosas, os movimentos festivos se repetem fazendo com que estas sejam criadas e recriadas no espaço e no tempo. Além disso, esses rituais demarcam modos diversos de inserções e pertencimentos.

A prática religiosa e festiva dos Kalunga na Romaria de Nossa Senhora Aparecida

² Esta lei foi fundamentada pelo projeto “Kalunga: Povo da Terra” (1981 - 2004), coordenado pela antropóloga Mari Baiocchi (BAIOCCHI, 2006).

permite identificar uma forma humana de habitar e interpretar o mundo, construindo nele relações. Na perspectiva de Steil (1996, p.115), “os rituais são fundamentais não só porque situam seus participantes num universo simbólico que configura a sua realidade, mas, sobretudo por causa de sua força *performativa*, o que os torna essenciais para a construção das identidades dos próprios grupos”.

Com base nisso, o artigo versará sobre estes elementos tradicionais que, em sua dimensão religiosa, atribuem ao espaço sentidos de pertença e ao grupo que deles compartilham e vivenciam, uma identidade própria. Tal constatação permite também afirmar que o patrimônio destas comunidades é sentido pelos seus moradores não pelos atributos de uma institucionalidade legada ao seu território, mas, sobretudo, pelas práticas festivas e ritualísticas, componentes fundamentais do cotidiano e dos valores Kalunga.

2. Origem da Romaria de Nossa Senhora Aparecida em Diadema e Ribeirão: a promessa e o plantio

A adoção de Nossa Senhora Aparecida como padroeira da comunidade se realizou dentro de um período no qual já havia ocorrido a consagração da santa como padroeira do Brasil pela Igreja Católica³. Certamente essas institucionalizações, embora ocorram em um plano mais global, influenciam as localidades rurais que recebem a assistência de uma paróquia. Não foi diferente nas comunidades Kalunga Diadema e Ribeirão, nas quais a folia de Nossa Senhora Aparecida, como uma prática do catolicismo popular, foi incorporada às celebrações religiosas. Anterior a este período, os festejos em homenagem à santa não eram tradição em nenhuma das comunidades Kalunga, que mantinham a devoção a santos como Senhora do Rosário, Santo Antônio, São Sebastião, Senhora D’Abadia, Senhora do Livramento, dentre outras divindades comuns em comunidades negras.

A invenção de festas religiosas e folias no território Kalunga são sempre marcadas por ocasiões específicas. Di Méo (2012, p. 27), explica que “o que caracteriza antes de tudo o evento festivo, é que ele se inscreve sempre nas lógicas sociais do momento, em uma atualidade intensa e exclusiva. A festa entra, então, em um processo de fabricação permanente de ligações espaciais aos territórios”.

A festa de Nossa Senhora Aparecida entre os Kalunga teve início há mais de quatro

³ Por decreto de 16 de julho de 1930 a Virgem Aparecida foi proclamada como padroeira principal de todo o Brasil. A festa litúrgica de Nossa Senhora Aparecida é celebrada no Brasil em 12 de outubro, um feriado nacional desde 1980, quando o Papa João Paulo II consagrou a Basílica, que é o quarto santuário mariano mais visitado do mundo. Informações disponíveis em: <http://www.portalsaofrancisco.com.br/alfa/outubro/dia-de-nossa-senhora-aparecida.php>. Acesso em março de 2013.

décadas, aproximadamente meados de 1965 a início de 1970⁴, quando uma devota da santa fez a promessa de que, se sua colheita “vingasse”, ela “puxaria” a folia em sua homenagem, isso segundo relatos de moradores da comunidade, confirmados pela devota. Como pagamento da promessa, ela realizou a folia no mês de maio, após a colheita. Segue o relato da devota:

[...] Olha, essa aí foi uma prumessa. Era uma prumessa que todo ano eu mexia com roça, quando dá na marcação da roça coiê, a chuva ó... caia fora, as pranta perdia tudo. Aí perdia tudo, aí eu fiz a prumessa pra Senhora d' Asparecida que meu [...] prantio que eu prantasse ganhasse tudo, eu ia continuar a festa dela todo ano, todo ano eu ia fazer a festa dela (Entrevista realizada em outubro de 2012).

Brandão (1978, p. 128) explica que “sob uma matriz tradicional de coletivização de uma religiosidade de afortunados após a colheita de seus cereais, há lugar para usos de eficácia recorrentes a rituais de aflição (o pagamento de promessas)”. Entretanto, se a origem da promessa remete a um contrato com o santo em um momento de aflição e penitência, isso não significa que a sua atualização nos rituais da festa vão possuir apenas características penitenciais. Assim ocorreu nas comunidades Diadema e Ribeirão. As doações e o trabalho para a realização da festa atingiram atributos comunitários de solidariedade social.

O “giro” da folia é um ritual no qual os foliões, portando a bandeira com a imagem da santa padroeira, passam de casa em casa a fim de que as famílias sejam abençoadas pela bandeira (que representa a divindade), além de promover o momento em que se arrecadam as doações em dinheiro para a festa do ano. A folia evoca o sacrifício na atitude dos foliões, na arrecadação das contribuições, no pagamento de promessas, mas também por ela se espera as bênçãos e a proteção dos santos, por ela se evangeliza e se fortalece a memória coletiva.

A folia de Nossa Senhora Aparecida se tornou tradição nas comunidades e girou por muitos anos. Os moradores contribuíam com o que podiam para sua realização; já havia os sorteios para doações e a distribuição de cargos para a folia. As mulheres ajudavam a cozinhar e participavam das rezas realizadas na casa da devota pioneira. Esta, explica sobre a forma de obter alimentos para a festa: “[...] tinha o festeiro, tinha o sorteio dela. E tanto que a dispesa dela tudo eu pouco comprava, mais era os otro que dava pra ela, pela santa. E eu comprava, pra santa eu comprava. Mas ela ganhava muitos trezinho, e ia tudo pra ela” (Entrevista realizada em outubro de 2012).

4 A devota pioneira da folia e ninguém da comunidade soube precisar o ano da primeira folia. Ela também não soube informar sua idade, pois “não sabe contar as eras”. Seu companheiro auxiliou na contagem aproximada dos anos.

Os mutirões e as práticas solidárias são características comuns em comunidades rurais e também expressam as territorialidades desses grupos. As relações de parentesco também se mostram de particular importância, pois as refeições e arranjos das festas são preparados, sobretudo, pelos parentes que moram mais próximos. Além disso, as festas e as folias são continuidades de uma cultura que pais, avós e tios ensinam e que se reforça nesse ajuntamento.

A festa de arremate da folia⁵ sempre acontecia na casa da devota (figura 1). Mesmo com a participação de todos os moradores e com a realização do sorteio, a festa do arremate era responsabilidade da devota que deu origem à folia, conforme ela enfatizou em seus relatos, sugerindo uma afirmação de posse. Segundo ela nos conta “[...] vinha, arrematava aqui. Ela saía [...] quem ficava encarregado dela, ficava encarregado da folia, soltava lá, girava as casa tudo, vinha arrematá aqui” (Entrevista realizada em outubro de 2012).



Figura 1: Casa e rancho (para cozinhar) onde ocorria o arremate da folia de Nossa Senhora Aparecida até o momento da construção da capela. Autoria: Luana Nunes M. de Lima, outubro de 2012.

As palavras da devota replicam um sentimento de amor, devoção e identificação. Ela guarda até hoje, cuidadosamente, a primeira bandeira de Nossa Senhora Aparecida (figura 2) e a mostra com muito orgulho, reconhecendo-se pioneira na devoção à santa nas duas comunidades.

⁵ Festa de encerramento da folia, quando a bandeira retorna para a capela e é erguida no mastro.



Figura 2: Primeira bandeira de Nossa Senhora Aparecida das comunidades Kalunga Diadema e Ribeirão. Autoria: Luana Nunes M. de Lima, outubro de 2012.

A recorrência à memória da origem da romaria não foi uma escolha aleatória e meramente descritiva para introduzir este artigo. Ela se explica pela necessidade de enfatizar o caráter afetivo dos lugares e objetos que efetivamente constituem para as comunidades, seu *patrimônio*, no sentido existencial do termo.

A patrimonialização do Sítio Kalunga criou uma identidade para as comunidades, dando-lhes uma imagem que as identifica como remanescentes de quilombos e promovendo certo reconhecimento externo. Como Bourdin (2001, p. 204) afirmou, “o sentido de uma ‘grande’ história local absorve outras estruturas de sentido”. Assim, a busca por raízes e o interesse pelo patrimônio culminaram em uma supervalorização do local que, por vezes, obscurecem os verdadeiros sentidos advindos das próprias pessoas do lugar. Aprofundar na questão da tradição e de seus espaços de ocorrência permite um desvendamento parcial destes sentidos.

3. Espaços da folia e da festa: os lugares da tradição

Até o ano 2000 a folia ocorria no mês de maio, em propriedade da referida devota, em uma área próxima ao Ribeirão dos Bois. Porém, com a construção da Capela de Nossa Senhora Aparecida, a comunidade sentiu-se motivada a realizar a festa

nos seus arredores. No local foram construídos barracos de palha que servem para acampar as famílias que se deslocam nos dias de festa e também para o comércio temporário de alimentos, bebidas e outros produtos.

Assim, a festa passou a possuir um lugar próprio e permanente de realização, a Capela de Nossa Senhora Aparecida e seu entorno. A mudança da residência de uma moradora para a capela decorreu de escolhas empreendidas pela maioria dos moradores, que reconheceram a necessidade de um espaço religioso próprio da comunidade. Isso remete às territorialidade que se constroem no espaço da festa. Para Bonnemaïson (2002, p. 99-100), a territorialidade é vista como “a relação social e cultural que um grupo mantém com a trama de lugares e itinerários que constituem seu território” (p. 99-100). O sentido de pertencimento produzido pelo festejo em homenagem à padroeira e a destinação dos espaços para tais práticas criam conflitos de interesses entre os próprios moradores. O padre que assiste as comunidades faz uma consideração sobre a iniciativa das comunidades de terem seu lugar de festa:

[...] é costume nas outras comunidades nas quais nós celebramos, nós acompanhamos os festejos, que o festejo ele acontece em torno da Igreja. Então, por um tempo não tinha a Igreja e certamente acontecia em torno da casa da Dona [...], né? Com a edificação da Igreja, então a comunidade ela mesmo se motivou e regulamentou que fosse, o festejo acontecesse em torno de onde está a imagem de Nossa Senhora Aparecida, de onde está a Igreja e aí se estabeleceu essa estrutura que hoje nós temos aqui em torno, né, da Romaria de Nossa Senhora Aparecida (Entrevista realizada em outubro de 2012).

Os elementos da territorialidade descrita por Bonnemaïson (2002) se fazem presente nesta dinâmica apresentada pelo padre. A comunidade sentiu necessidade de se estabelecer, de possuir um espaço no qual pudesse desenvolver suas práticas culturais e trabalhou para isso. É fato que os moradores mantêm relações de ordem cultural e social com o espaço da capela, assim como revelam suas territorialidades em todo o sítio: no rio, no ribeirão, nos roçados, nos quintais, entre outros. A construção de uma capela e de um espaço festivo, porém, põe em evidência o ato coletivo de construção de um patrimônio, que, embora seja material, se concretiza na dimensão simbólica dos rituais festivos – dimensão esta que enquadra o verdadeiro conteúdo das formas construídas.

O lugar recebe sentidos e é vivido em conjunto com os outros, o que maximiza as relações afetivas sobre o mesmo. Segundo Barcellos (1995, p.47), “essa dimensão afetual dá ao lugar uma noção ampliada que o espaço físico não tem. Não se é ligado a um espaço físico: se é ligado a um território-afetivo-existencial”.

De acordo com os relatos de moradores, a Capela de Nossa Senhora Aparecida foi

construída em meados do ano 2000, ninguém soube precisar a data, nem mesmo o padre. A comunidade fez um mutirão e os próprios moradores trabalharam em sua construção e doaram ou pleitearam o material necessário, o que evidencia a predisposição que essas comunidades possuem no que tange à organização social de seu espaço.

O espaço da capela foi escolhido de maneira a situar-se próximo a outros lugares centrais, como a escola, a creche, o posto de saúde, o quiosque, a casa de farinha. Em tal espaço se estabelece um tipo de núcleo de vivência das comunidades. Este é o espaço onde os moradores vivenciam a maior parte de suas atividades de sociabilidade. Como as práticas religiosas fazem parte dessa sociabilidade, aprouve aos moradores edificar o seu espaço sagrado ali, mesmo diante de dificuldades que poderiam surgir, como a falta de água, dada a distância do ribeirão.

Enquanto a festa realiza-se em um lugar determinado, organizado e separado exclusivamente para isso, o giro da folia possui uma dinâmica própria que delimita outros lugares para a tradição. Interessante perceber como o catolicismo popular opera uma inversão do ponto de vista geográfico: enquanto na religião oficial os fiéis se deslocam até a divindade (como em missas, romarias e outros rituais), na religião popular, a divindade, representada simbolicamente pela bandeira do santo, se desloca até os fiéis, e “benze” toda a espacialidade de suas casas. Na folia, diferente da romaria, o deslocamento “ao” sagrado é substituído pelo deslocamento “do” sagrado – só o grupo de foliões se desloca, enquanto todo o território se sacraliza e orienta uma série de rituais. Um folião expressa-se sobre isso da seguinte forma:

[...] todo mundo que ela chega na casa de cada um, todo mundo recebe alegremente, satisfeito. Tem ano que até na hora da cantoria, tem gente que até na hora de fazer o canto chora, que é a emoção de tê a santa na sua casa, né? Todo mundo recebe, dá um armoço, todo mundo satisfeito, com aquela boa vontade. Às vezes o povo vai cem, duzentas pessoas, todo mundo come, né? Num farta comida pra ninguém, todo mundo satisfeito. Então, acho que é uma graça. É uma questão do poder dela. Que ela é a padroeira e ela tem, o povo faz o pedido e ela dá a graça dela pra pessoa (Entrevista realizada em outubro de 2012).

Na narrativa desse folião apresenta-se a noção de que a folia leva a presença da divindade cultuada aos espaços aonde ela penetra, divindade representada simbolicamente pela bandeira, como pode ser visto na figura 3. Isso nos permite dizer que todo o trajeto da folia e cada casa visitada, constituem espaços sagrados nos quais os devotos estabelecem uma comunicação com sua padroeira. Em sua fala também são enfatizadas as relações solidárias que se constroem e se reforçam na hospitalidade, nas refeições e no ajuntamento de pessoas do lugar.



*Figura 3: Giro da Folia de Nossa Senhora Aparecida – ritual da “venda” com a bandeira.
Autoria: Luana Nunes M. de Lima, maio de 2013.*

Brandão (2004) já enfatizava a dedicação integral ao trabalho do ritual da folia por parte dos foliões, que precisam sair da rotina do trabalho por vários dias e conviver com pessoas, famílias e grupos sociais mais amplos. Nesse sentido, para quem a rotina do trabalho é a norma diária, o trabalho da folia estabelece uma ruptura muito marcada. Assim, ele analisa:

[...] de forma tradicional e muito generalizada, a festa de santo é um momento de culto coletivo a um padroeiro da cidade ou da região. É também a ocasião quase única de quebra de uma rotina de trabalho e relativo isolamento da população de sítios e fazendas. Finalmente, é um período de marcado valor simbólico, onde são acentuadas trocas de prestações de serviços entre categorias de sujeitos não muito diferentes daquelas do cotidiano (BRANDÃO, 2004, p.393).

Para este autor (2004, p. 388), os participantes de festas rurais sempre tendem a considerar que em um “tempo antigo” esses laços foram muito mais forte, porém, a folia é, ainda hoje, “um momento em que as relações solidárias são reproduzidas em um máximo de suas possibilidades atuais”. É um ritual coletivo no qual há uma sequência

de trocas sociais gratuitas, apesar de ritualmente impositivas, de serviços e reforços de laços comunitários. Essas trocas de prestações dizem respeito ao oferecimento de alimentação e hospitalidade, para ter em troca os serviços de culto e de festa.

A partir da mudança do espaço da festa para a localidade da capela, novas formas, novos elementos e novos rituais, anteriormente inexistentes foram incorporados, embora nem todos sejam tratados aqui. Exemplo disso são os barracos construídos para acampamento das famílias e para o comércio temporário, e também a representação do Império (figura 3), um ritual agregado à festa posteriormente, quando a capela já havia sido construída.



Figura 4: Império de Nossa Senhora Aparecida - ritual que consiste na coroação e homenagem ao rei e a rainha, representados por membros da comunidade, com uma série de gestos e performances ritualísticas. Autoria: Luana Nunes M. de Lima, outubro de 2012.

Conforme o que postulou Thompson (1998), a tradição carrega em si o aspecto normativo, que se trata de um conjunto de pressuposições, crenças e padrões de comportamento trazidos do passado e que, geralmente, agem como princípio orientador das práticas e crenças do presente. O Império é uma tradição de origem colonial que no passado tinha por objetivo a legitimação política da nobreza, e hoje

perdura, sendo realizada em muitos outros festejos de santos católicos. Os Kalunga a reproduzem por relacionarem tal representação à devoção ao santo festejado e pelo referencial da tradição.

Assim, a folia de Nossa Senhora Aparecida passou de um período de contrição e penitência, cujo arremate encerrava-a numa grande festa de um único dia, para uma romaria, na qual a festa se estabelece todos os dias da celebração – nas folias e durante a novena. A festa nos moldes atuais realizada em outubro, com forrões durante as noites, com barracos de comércio temporário e com a representação do Império, já se apresenta instituída como tradição pela comunidade. Isso confirma a argumentação de Giddens (2005, p. 51):

A ideia de que a tradição é impermeável à mudança é um mito. As tradições evoluem ao longo do tempo, mas podem também ser alteradas ou transformadas de maneira bastante repentina. [...] É simplesmente errôneo, porém, supor que para ser tradicional, um dado conjunto de símbolos ou práticas precisa ter existido por séculos [...]. A persistência ao longo do tempo não é característica chave que define a tradição, ou seu primo mais difuso, o costume. As características distintivas da tradição são o ritual e a repetição. As tradições são sempre **propriedade** de grupos, comunidades ou coletividades.

O destaque no termo “propriedade”, utilizado pelo autor, é proposital, uma vez que se pretende afirmar a ideia de um patrimônio que é, sobretudo, simbólico, criado e nutrido pela tradição festiva das comunidades. Faz-se necessário compreender ainda em que medida este patrimônio, que também se configura como território das comunidades, se vincula a aspectos da vida material e das crenças coletivas.

4. Território funcional e território simbólico: a vinculação do ciclo festivo à (re)produção da vida

Nas comunidades Kalunga o território enquanto espaço simbólico, e o território enquanto espaço funcional são perspectivas que se imbricam. Isto porque determinadas práticas culturais que, vistas pelos de fora remetem apenas ao simbólico, para os Kalunga são fundamentais para a produção e reprodução da vida; ou seja, tais práticas também fazem parte do aspecto funcional do território.

Os símbolos, imagens e aspectos culturais são na verdade, valores, talvez invisíveis, que os indivíduos materializam numa identidade incorporada aos processos cotidianos dando um sentido de território, de pertença e de defesa dos valores e da identidade. E a religiosidade, que está no campo do simbolismo, opera diretamente na vida cotidiana do trabalho e da relação com a terra, segundo a visão de mundo desse povo.

Para Bonnemaison (2002, p. 104) “a análise geocultural não pode se descuidar desses dois aspectos complementares, nem separá-los. O território é, ao mesmo tempo, “espaço social” e “espaço cultural”, associado tanto à função social quanto à função simbólica”. Por isso, o território, que também é patrimônio, antes de ser funcional e zonal, é um valor que estabelece uma relação forte, ou mesmo uma relação espiritual com os espaços de vida. Esta dimensão do território está, portanto, sobreposta à dimensão material.

Para os Kalunga, há uma profunda associação das práticas e crenças do catolicismo popular à produção e ao sustento que vem da terra. Esta associação é comum em comunidades rurais, mas em se tratando de comunidades tradicionais do Cerrado, possuem ainda particularidades relacionadas às estações muito bem definidas de chuva e de seca. Estas particularidades comportam os modos de vida que, para Rigonato (2005), referem-se aos aspectos históricos e geográficos sobre os quais manifestam as inter-relações das técnicas, da cultura e do Cerrado. O autor relaciona as práticas de populações tradicionais ao “espaço vivido” por elas, de forma que o uso dos recursos naturais está fundamentalmente relacionado às manifestações culturais, ou seja, combina-se as atividades produtivas às festas, às devoções e às crenças religiosas. É evidente que a relação das populações tradicionais com o espaço do Cerrado, manifesta a constituição de um território identitário por meio da interação entre sociedade e natureza, economia e cultura.

Assim, da mesma forma em que os ciclos do plantio e da colheita são determinados pelo ciclo da natureza do Cerrado, as festas também marcam os momentos mais importantes do ano para os Kalunga. Moura et al (2001, p. 52) explicam a sequência destes ciclos da seguinte forma:

Em fins de setembro, depois das primeiras chuvas da primavera, já se podem começar os roçados de mandioca, milho, arroz, abóbora ou feijão. E o plantio se estende até novembro e dezembro, já em plena força do verão. De janeiro a março é o período em que as pessoas limpam a roça e cuidam dos brotinhos, para que eles não morram e a plantação vingue. Abril e maio, tempo do outono, são os meses da colheita. Daí se vê porque as festas celebradas sem exceção em todas as áreas Kalunga são as de janeiro e junho. Com os Reis, eles festejam o fim do plantio e, com Santo Antônio e São João, o fim da colheita.

O relato de um folião antigo da comunidade Diadema revela a ligação da devoção aos Santos Reis com o processo do plantio. Ele conta que na sua adolescência uma folia de Reis foi “inventada” em um período fora do ciclo natalino, em virtude da seca, que sempre foi um dos principais problemas dessas comunidades.

[...] aqui sempre acontece que faltava chuva na época da roça, às vezes tava animado com a planta que é vem boa e tal, nem tava murchando... e a chuva dava uma afastada. Puseram na cabeça dos mais

véio, isso foi em 1972 [...] inventô uma folia de minino pra chovê. [...] Então, arrumaram essa folia, eu sai cantando a guia, [...] nós era seis ou era oito. E saímo cantando de casa em casa, de noite e de a pé, folia de Santo Reis. Cêis pode num acreditar, mas o dia que a folia arrematô foi uma chuva! E mesmo nós no giro, começô fechar pra chover, que tava um perrengue de chuva e tal... num foi mês de janeiro não! Fizemo fora da época, que nós tava precisando de chuva. (Entrevista realizada em maio de 2013).

A “invenção” desta folia de Santos Reis fora da época demonstra a convergência entre a aflição (dado ao não suprimento das necessidades básicas de sobrevivência) e a penitência. O santo é aclamado em caráter de emergência, mesmo fora de época. Convém, entretanto, reafirmar a estruturação das festas vinculadas ao calendário agrícola nas comunidades rurais. Brandão (1978) apontou esta questão fazendo referência à obra de Alba Guimarães:

No ciclo de produção econômica, os santos era homenageados e feitas as promessas referentes à produção da lavoura e da criação, nas transições que marcavam as passagens de uma atividades para a outra. Durante a colheita de certos produtos, São Pedro, São João e Santo Antônio eram festejados; ao final da colheita realizava-se a festa do Divino (GUIMARÃES *apud* BRANDÃO, 1978, p.127)⁶.

Outras festas também revelam a importância da terra e dos roçados para o povo Kalunga. Nos meses de agosto a outubro acontecem as festas de Nossa Senhora. Em agosto festeja-se a Senhora das Neves e a Senhora D’Abadia, no Vão de Almas. Em setembro, a Senhora do Livramento é celebrada no Vão do Moleque e, em outubro, é a vez da Senhora do Rosário, festejada no Tinguizal, e a Senhora Aparecida, na Diadema e no Ribeirão. “É nesse período, de agosto a outubro, que está começando o plantio dos roçados. Então, as pessoas pedem à Mãe de Deus que torne a terra fértil para produzir os alimentos de que precisam” (MOURA et al, 2001, p.53). Já os meses de maio e junho é o período de celebrar a colheita e sua abundância, com a grande festa da fartura, que é a do Divino Espírito Santo, nas folias que ocorrem no Vão de Almas, no Vão do Moleque, na Diadema, no Ribeirão e na Ema.

Com base no entendimento de que o Sítio Histórico e Patrimônio Cultural Kalunga aglutina tanto a garantia ao direito comunitário da terra para usufruto de sua renda, quanto a continuidade das tradições festivas, é possível admitir, assim como Bonne-maison (2002, p.116), que:

[...] o território se constrói, ao mesmo tempo, como um sistema e um símbolo. Um sistema porque ele se organiza e se hierarquiza para responder às necessi-

6 GUIMARÃES, Alba Maria Zalmar. Os homens de Deus. Rio de Janeiro, 1974. Mimeografado. (Não foi possível ter acesso ao texto original).

dades e funções assumidas pelo grupo que o constitui. Um símbolo porque ele se forma em torno de polos geográficos representantes dos valores políticos e religiosos que comandam sua visão de mundo. Assim, entre a construção social, a função simbólica e a organização do território de um grupo humano, existe uma inter-relação constante e uma espécie de lei de simetria.

Se as festas de santo como um todo exercem simbolicamente este papel de benção e proteção sobre a terra, muito mais a festa do padroeiro eleito para o lugar. Esta tem sua importância na dimensão coletiva e identitária ligada ao território, definindo uma entidade geográfica em relação às outras. De acordo com Di Méo (2012, p. 33), “elas privilegiam, com efeito, uma comunidade localizada de longa data sobre o patronato e sobre a proteção de um santo”. A festa ao padroeiro torna o território sacralizado e legitimado pela apropriação coletiva. A identidade coletiva é fortalecida quando a festa é propriedade do lugar, isso porque a comunidade se afirma ainda mais nesses eventos, como pode ser observado na figura 5.



Figura 5: Mulheres ornamentado o espaço da festa. Destaque para a faixa que inclui “Comunidade Kalunga” como delimitador identitário. Autoria: Luana Nunes M. de Lima, maio de 2013.

As particularidades do lugar é que dão sentido para a festa. E no caso da Romaria de Nossa Senhora Aparecida, é evidente a internalização dessa função especial de atender às necessidades locais de sobrevivência dos moradores. Este sentido da festa está enraizado na devoção dos moradores e não caberia compará-lo, por exemplo, aos sentidos atribuídos à grande festa de Nossa Senhora Aparecida realizada em Aparecida do Norte, São Paulo. Assim, entendemos que “a festa define o lugar. Entramos nos lugares da festa e saímos. A festa produz uma fronteira, ao mesmo tempo social, geo-

gráfica, cultural e vivida temporalmente. Uma festa alargada na totalidade dos lugares e do tempo, uma festa global não se cobriria mais de sentido” (DI MÉO, 2012, p. 39).

Por este motivo, pelos sentidos particulares que a festa carrega, é compreensível identificarmos em muitos relatos a menção de que a festa/folia de Nossa Senhora Aparecida, padroeira do local, na verdade, é do mês de maio⁷, do período da colheita, e não de outubro – como foi instruído pelo padre.

A folia de Santa Aparecida [...] eles mudaram o jeito dela, porque puseram na cabeça que dia de Senhora de Aparecida é dia 12 de outubro. Na realidade é, né? Mas ela girô aqui a vida inteira, muitos anos, só no mês de maio. Por quê? Porque mês de maio é uma época que muitas pessoas num atinaram ainda de ganhá roça, aí puseram no mês de maio. Aí alguns já tava com arroz cortado, através de caixinha assim, e outros ainda tava querendo ganhá ainda. Então, puseram no mês de maio porque sirviu pra todo mundo. Mas aí tiveram confronto cum padre, bateu papo, bateu papo, o padre deu a ideia... deram a ideia e o padre acho melhor mudá, né? Até porque foi ele à sede de Nossa Senhora de Aparecida em São Paulo, a cidade lá é só dela (Entrevista realizada em maio de 2013).

Outro folião confirma a razão da folia/festa se realizar em maio:

[...] Então, é porque essa folia, na verdade, ela foi criada aí assim... através [...] do crer né? Acreditá nas coisas. Plantava roça, aí vem o solão a roça perdia tudo, aí juntaram com a folia, que ela começou a girá até nas roça, sabe... Nossa Senhora Asparecida. Vieram nas roça pra chovê e se ganhasse, eles resolvia, juntava o dono da roça, [...] cada um dava um pouco de coisa, fazia a festa de Nossa Senhora d'Asparecida dia doze de maio, né? [...] Aí foi fazeno, fazeno, fazeno... (Entrevista realizada em maio de 2013).

Assim, nos próprios códigos de definição da folia/festa, as divergências religiosas entre as duas áreas de agentes, devotos Kalunga e líderes eclesiais da paróquia, aparecem mais concretamente. Uma coisa é ouvir de uma parte, as palavras do padre que explica a razão da alteração da data da festa e a inclusão de outros rituais. Outra coisa é escutar dos próprios Kalunga os seus códigos de explicação da tradição – do que se faz e por que se faz isso ou aquilo na festa de Nossa Senhora Aparecida.

O exercício religioso nas comunidades Kalunga não se fundamenta em conhecimentos sistematizados, mas sim em um conjunto de práticas do sagrado que se constitui no saber oral, um repertório de crenças e rituais recriados na memória coletiva das comunidades. A subtração da autonomia na realização dos rituais pela paróquia se expressa como uma forma de “privatização do sagrado”, termo reportado

7 A folia era realizada originalmente em maio e foi transferida para a data oficial da padroeira, 12 de outubro, em 2011 por instrução do pároco que assiste às comunidades.

por Rosendahl (1996, p.72). Segundo a autora, quando a mediação institucional se faz presente, “fica garantido o controle sobre o ritual e as crenças envolvidas na relação com o sagrado”. Por outro lado, “quando as relações com o sagrado se operam diretamente, elas ficam sujeitas à interpretação e ritualização do praticante: é este quem decide em matéria religiosa”.

A festa, portanto, produz a concretização efetivamente sensorial de uma determinada identidade. O fato comemorado, neste caso, o sucesso da colheita, se inscreve na memória coletiva como um afeto coletivo, como a junção das expectativas individuais, como um ponto em comum que define a unidade dos participantes. “A festa é, num sentido bem amplo, a produção de memória e, portanto, de identidade no tempo e no espaço social” (GUARINELLO, 2001, p.972).

Tanto a folia quanto a festa fazem parte de um contexto maior, que indica as características do espaço vivido das comunidades. A vivência, a proximidade entre os moradores, as relações de parentesco distribuídas em todo o território permitem que todos, e em todos os momentos, saibam por onde passa a folia, qual é próxima parte do festejo, quem e o quê doará naquele ano. Há um comportamento eminentemente próprio do mundo rural nesses vínculos, nesse conhecimento do que se passa ao redor.

Outro aspecto, identificado em trabalho de campo e também anunciado por Brandão (1981, p. 27), é que “por debaixo das palavras universais da linguagem cristã, a folia canta uma espécie de crônica da vida camponesa”. Assim, elementos da vida rural, do trabalho na roça e das criações são frequentemente abordados nos cantos e nas rodas de conversa.

Há entrelaçamentos entre natureza, trabalho agrícola, família e religiosidade. A natureza é dotada de um valor não só material, mas também simbólico. Tais saberes tradicionais, de acordo com Almeida (2003, p. 78), “permite afirmar que a natureza converte-se, assim, em um patrimônio cultural”. E na visão de mundo dos Kalunga, a festa não é algo separado dessa natureza.

5. Considerações Finais

É inegável que as festas de padroeiros e os rituais Kalunga possuem singularidades por se realizarem em um Sítio de Patrimônio Histórico e Cultural. O termo *patrimônio* refere-se à ideia de algo que deve ser preservado, guardado, sob o risco de ser extinto, de forma que a patrimonialização do território Kalunga é um recurso para a conservação de símbolos e signos culturais das comunidades.

Na institucionalização patrimonial são colocados em evidência critérios extremamente funcionais para definirem territórios locais fortemente legítimos. Porém, a tradição e os sentimentos que permeiam os sentidos das festas de padroeiros dos Kalunga mostram uma carga de resistência frente a essas pressões que surgem a todo instante nesse processo. Por meio dessas festas, folias e romarias, os Kalunga reafirmam sua identidade e seus laços de afetividades com o lugar.

Assim, as festas, fazendo uso das palavras de Castro (2012, p. 42), existem nos indivíduos e grupos “não como patrimônio em si, mas patrimônio para si”. São os sentidos, significados e interpretações singulares do lugar que reforçam sua capacidade simbólica. Ainda que para os Kalunga, a terra seja dotada de um caráter político que remete à sua materialidade concreta, é nesta terra que se produz e reproduz a cultura, e é ela que constitui uma forma de atrair e garantir a permanência desse povo em seu território e a continuidade de suas tradições.

Em síntese, o sentido do patrimônio para os Kalunga se revela, na verdade, como diferente processo de apropriação, sítio potencial de resistências, valores, significações e visão de mundo.

6. Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Maria Geralda de. _____. Cultura ecológica e biodiversidade. *Mercator*, Fortaleza, v. 2, n. 3, p. 71 - 82, 2003.

BAIOCCHI, M. de N. *Kalunga: povo da terra*. Goiânia: UFG, 2006.

BARCELLOS, Jorge A. Soares. Territórios do cotidiano: introdução a uma abordagem teórica contemporânea. In: MESQUITA, Zilá; BRANDÃO, Carlos R. (Orgs.). *Territórios do cotidiano: uma introdução a novos olhares e experiências*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 1995. p. 40-48.

BONNEMAISON, J. Viagem em torno do território. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z.(orgs.). *Geografia Cultural: um século* (3). Rio de Janeiro: EdUERJ, 2002: 83-131.

BOURDIN, Alain. *A questão local*. Trad. Orlando dos Santos Reis. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. *O Divino, o Santo e a Senhora*. Rio de Janeiro: Campanha de Defesa do Folclore Brasileiro, 1978.

_____. Sacerdotes de viola: rituais religiosos do catolicismo popular em São Paulo e Minas Gerais. Petrópolis: Vozes, 1981.

_____. *De tão longe eu venho vindo: símbolos, gestos e rituais do catolicismo popular em Goiás*. Goiânia: Editora da UFG, 2004.

CASTRO, Bernadete. *Patrimônio cultural plural e singular: a dupla face da mesma moeda*. In: In: COSTA, E. B.; BRUSADIN, L. B.; PIRES, M. C. *Valor patrimonial e turismo: limiar entre história, território e poder*. São Paulo: Outras Expressões, 2012, p. 37 – 45.

DI MÉO, G. La géographie en fêtes. Trad. Elisa Bárbara Vieira D'Abadia. In: *Revista Plurais Virtual*, v. 2, n. 1, 2012, p. 24 – 55.

GIDDENS, Anthony. *O mundo em descontrole*. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. 4. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.

GUARINELLO, Norberto Luiz. Festa, Trabalho e Cotidiano. In: JANCSÓ, István; KANTOR, Iris (orgs.). *Festa: cultura & sociedade na América Portuguesa, volume II*. São Paulo: Edusp, 2001.

HATZFELD, Henri. *As raízes da religião: tradição, ritual, valores*. Trad. Armando Pereira da Silva. Lisboa: Instituto Piaget, 1993.

LIMA, Luana Nunes Martins de. A constituição de um território identitário pela garantia dos direitos fundiários: o Sítio Histórico e Patrimônio Cultural Kalunga. *Sociedade & Natureza*, Uberlândia, v. 25, n. 3, p. 503 – 512, set/dez 2013.

_____. *Da folia ao giro da santa: território-lugar e identidade na romaria Kalunga de N. Sra. Aparecida*. 197 fls. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 2014.

MOURA, Glória (Coord. Geral) et al. *Uma História do Povo Kalunga*. Projeto História Kalunga. Brasília: Ministério de Educação - MEC, 2001.

RIGONATO, Valney Dias. *O modo de vida das populações tradicionais e a inter-relação com o Cerrado da microrregião da Chapada dos Veadeiros: O distrito de Vila Borba*. 126 fls. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Goiás (UFG). Goiânia, 2005.

ROSENDAHL, Zeny. *Espaço e Religião: uma abordagem geográfica*. Rio de Janeiro: UERJ, NEPEC, 1996.

STEIL, Carlos Alberto. *O Sertão das Romarias: um estudo antropológico sobre o santuário de Bom Jesus da Lapa – Bahia*. Petrópolis: 1996.



Pau de Arara e o vai e vêm das romarias: um estudo etnográfico do transporte no município de Canindé – Ceará

*Pau de arara comes and goes pilgrimages ethnographic: a study of
transport in the municipality of Canindé*

Ivo Luís Oliveira Silva¹
Glecy Anne Castro Pereira²
Gláudia Mota Portela Mapurunga³

1 Mestre em Avaliação de Políticas Públicas pela Universidade Federal do Ceará – UFC. Docente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE e Centro Universitário Estácio FIC. E-mail: ivoluissos@gmail.com

2 Acadêmica do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE, Campus Canindé. E-mail: glecy_2008@hotmail.com

3 Mestra em Gestão de Negócios Turísticos pela Universidade Estadual do Ceará. Docente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE e Centro Universitário Estácio FIC. E-mail: glaudiamapurunga@gmail.com

Resumo

Espera-se que este ensaio contribua para o desenvolvimento de estudos acerca do transporte informal de passageiros, com a alcunha de Pau de Arara ou carro de horário, bastante empregado no Norte e Nordeste brasileiro. Este ensaio analisa esta prática no município de Canindé, localizado no nordeste brasileiro. São conhecidas as limitações que o sertão cearense sofre com suas distâncias, declives, estradas vicinais mal conservadas e ausência de infraestrutura de acesso. Na opção que resta está um transporte que ao mesmo tempo é excludente e inclusivo, por levar tudo e a todos, a qualquer lugar. O Pau de arara é adaptado para transportar passageiros entre a zona rural e a zona urbana, em romarias e para transporte de cargas sem as mínimas condições de segurança. Para a investigação utilizou-se métodos como pesquisa bibliográfica, documental, diário de campo, entrevistas, questionários, etnografia e a observação participante sobre medidas dos sistemas de transportes públicos nacional.

Palavras-chave: Transporte alternativo. Transporte de passageiros. Sertão nordestino. Pau de arara. Insegurança nos transportes.

Abstract

It is hoped that this paper contribute to the development of studies on the informal passenger transportation system, nicknamed “Pau de Arara” or “Carro de Horário”, quite used in North and Northeast of Brazil. This essay examines this practice in the city of Caninde, located in the Brazilian Northeast. The limitations that Ceará backwoods suffers with their distances, slopes, poorly maintained back roads and lack of access in infrastructure are well known. The only option left is a transportation that is both exclusive and inclusive by taking everything and everyone, anywhere. The Pau de Arara is adapted to carry passengers between rural and urban area, to festivals and also to transport loads without minimum security conditions. For the investigation, it was used methods such as literature, documentary investigation, field diary, interviews, questionnaires, ethnography and participant observation on measures of national public transport systems.

Keywords: Alternative Transportation. Passenger transportation. The Brazilian Northeast Backwoods. Pau de Arara. Insecurity in transportation.

1 Introdução

O debate sobre o uso de Pau de arara é um tema relevante promovido pelas diversas ciências na contemporaneidade. No bojo dessas discussões, a temática tem sido abordada com uma visão econômica, social e cultural, na tentativa de entender a relação entre o homem e o espaço. Fazer uma leitura espacial do transporte e a relevância na reprodução social dos vários atores envolvidos nesse processo.

Estudar essa estratégia significa descortinar o sentido dessa produção para a vida

dos homens e mulheres que dependem dessa locomoção, identificando as relações com o espaço e seus desdobramentos com o surgimento de outras atividades. É senão a capacidade de “interpretar o valor social a elas agregadas”. (ALMEIDA, 2005, p.323).

Como pano de fundo, está o turismo religioso alicerçado na fé, na ideologia e crenças incidindo de forma individual ou coletiva, organizado em forma de romarias, peregrinações, pagamentos de promessas, organizações de grupos que professam uma só crença. Distribuídos pelo mundo em locais histórico-sagrados, destacados pela devoção oficial ou não de religião e sendo importantes para a fé das pessoas e, conseqüentemente, para o turismo.

Canindé é um dos 184 municípios do Estado do Ceará. Localizado na porção Centro-Norte do Estado, distante 114 km, em linha reta, da Capital. O município se ergueu em um espaço predominantemente do bioma Caatinga. Ocupa uma área territorial de 3.218,42 km² com população de 74.486 habitantes. (IBGE/CENSO, 2013a).

A cidade de Canindé⁴ é conhecida por abrigar a 2ª maior peregrinação no mundo realizada em devoção a São Francisco de Assis, aqui chamado, ainda, de São Francisco das Chagas (de Canindé). O município só perde em romaria franciscana para cidade de Assis na Itália, local atribuído ao nascimento do santo. A visita gera divisas, não só para Canindé, como para os demais municípios do Ceará e até outros Estados do país. (SILVA, 2007).

O Turismo Religioso se sobressai na economia, pois, os peregrinos são consumidores de bens e serviços num movimento de fluxo praticamente ininterrupto. Assim, as peregrinações se tornam uma fonte geradora de renda, embora o caráter comercial não supra o elemento religioso, uma vez que a participação na peregrinação decorre de uma atitude de fé, atividades análogas às manifestações religiosas auferem nova dimensão, como forma de atrair mais visitantes.

A pesquisa busca à luz da etnografia, com concepções a respeito da espacialidade enquanto lugares e territórios de convergência e atração de pessoas. O exercício da pesquisa se propõe a transversalmente mergulhar em outras visões a respeito do Pau de arara, pontilhando-as nos espaços local e regional. Perceber, por meio dos conceitos fundamentais da geografia, o significado do espaço geográfico observado, como sendo o lugar onde os seres vivos, inclusive os humanos, buscam instituir laços afetivos relacionados ao respeito ou mesmo ao temor, levando a compreensão de mobilidade populacional na produção do espaço.

O objetivo do trabalho é desenvolver uma pesquisa original sobre o transporte in-

4 A origem do topônimo Canindé, segundo dados coletados junto à Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo do Município no ano de 2012, tem relação com o rio homônimo que corta a cidade, onde havia em grande abundância araras negras que habitavam as matas ciliares, essas eram da espécie denominada Canindé.

formal utilizado nos sertões do Estado do Ceará, mais precisamente no município de Canindé, na perspectiva de: a) discorrer sobre as variáveis acerca do tema e sua fundamentação teórica; b) verificar como é feita a fiscalização do serviço na cidade de Canindé; c) caracterizar os usuários e os condutores dos paus de arara através do levantamento e análise do perfil socioeconômico de ambas as partes; d) discorrer e levantar questionamentos acerca da real necessidade do uso do modal e apontar alternativas que venham a resolver o problema da insegurança no uso deste tipo de transporte.

Recorre-se a métodos e técnicas de pesquisa bibliográfica, aplicação de entrevistas informais e estruturadas, questionários, uso do diário de campo, observação simples e participante tudo isso a fim de construir uma imagem mais aproximada da realidade.

Nas primeiras aproximações com o objeto de estudo foram catalogadas impressões como a) condições das estradas que por sua precariedade inviabilizam outro tipo de condução e fazem com que muitas comunidades da zona rural tenham no pau-de-arara o único meio de transporte; b) inexistência de regras específicas para o serviço diante da ocupação espacial; c) a presença de caminhões trasladando com superlotação; d) multifuncionalismo com transporte de pessoas, cargas, animais vivos na mesma viagem; e) desconforto, ausência do mínimo de itens de segurança; e) o agravamento da situação de insegurança na quadra chuvosa e o acesso ainda mais restrito aos distritos na estação chuvosa; f) organização da informalidade, com a atuação dos “donos de linha” e a fixação de placas de trânsito com a identificação das rotas.

2. PERCURSO METODOLÓGICO

Em seus ensaios Deus (2002, p.34) discorre que aproximação direta com o elemento de estudo “ultrapassar o fenômeno e atingir a essência do objeto da reflexão no processo do conhecimento”. O desafio, aqui, é ultrapassar as externalidades, pensar em ir além do que se vê daquilo que aparentemente está estável a nossa frente. Para a construção teórica recorre-se a pesquisa bibliográfica, através da leitura, reflexão e interpretação de dados. Nesta procura, nada deve ser ignorado. O tema inquietante se releva pela carência de obras que abordem o assunto.

O ato de observar é um dos meios mais freqüentemente empregados pelo ser humano para conhecer e compreender as pessoas, as coisas, os acontecimentos e as situações. A observação participante é uma das ferramentas utilizadas na pesquisa porque, por meio dela, podemos abordar a perspectiva qualitativa. A técnica consiste na inserção do pesquisador no interior do grupo observado, tornando-se parte dele, interagindo com os sujeitos, buscando partilhar o seu cotidiano para sentir o que significa estar naquele lugar. Aproximar-se dos sujeitos no seu contexto cultural.

Os resultados expostos nesse trabalho são frutos da construção do seu cotidiano e para isso se faz o uso da etnografia. Rocha *et al* (2005, p.3) nos esclarece quanto a técnica adotada:

A etnografia possui características básicas, tais como: ênfase na exploração da natureza de um fenômeno social particular; entrevistas em profundidade; observação participante; análise de discursos de informantes; investigação em detalhe; perspectiva microscópica; e interpretação de significados e práticas sociais, que assumem a forma de descrições verbais. Ademais, pode-se destacar como traço mais marcante do estudo etnográfico a investigação por dentro da realidade de um grupo, sendo o conhecimento científico gerado a partir do ponto de vista do outro.

A escolha pela técnica de pesquisa descritiva⁵, dar-se pelo fato da capacidade que esse instrumento detém de não manipular os fatos, apenas observar, gravar, ponderar e correlacionar de forma crítica e analítica as características do fenômeno analisado. Lembrar-se do escasso quantitativo de escritores que abordam sobre a temática em questão.

Aplicação de entrevista semiestruturada através de um roteiro previamente elaborado. Uma entrevista empregada junto aos condutores dos veículos e outra com as autoridades de trânsito constituídas no âmbito municipal (DEMUTRAN) e federal (PRF). Efetivados 80 questionários, no ano 2013, por meio de uma amostragem não probabilística, intencional (apenas os usuários do modal). Esse modelo de coleta de informações foi direcionado aos usuários de Pau de arara com o objetivo de conhecer o perfil, mensurar a frequência do uso e as impressões dos mesmos sobre o transporte. (CARNEVALLI; MIGUEL, 2001).

As formas de registro utilizadas para arquivar essas informações partiram de gravações em áudio, posteriormente transcritas; fotografias; papel e lápis para o registro das impressões da pesquisadora; questionário online e o mesmo questionário impresso. O modelo de questionário escolhido foi o semiestruturado porque, embora as perguntas fossem fixas, havia a liberdade do entrevistador em alterar a ordem. (MARCONI E LAKATOS, 2001).

3. SIGNIFICAÇÕES DO “PAU DE ARARA”

Pau de arara é a alcunha dada ao meio de transporte irregular utilizado no Nordeste do Brasil. Incide, essencialmente, na adaptação de caminhões e caminhonetes para o transporte de pessoas, estabelecendo-se como um substituto improvi-

⁵ Na pesquisa descritiva realiza-se o estudo, a análise, o registro e a interpretação dos fatos do mundo físico sem a interferência do pesquisador. Nesse tipo de pesquisa não pode haver interferência do pesquisador que deverá apenas descobrir a frequência como o fenômeno acontece e como se estrutura.

sado para os ônibus convencionais. Habitual para travessia de mercadorias, cargas, animais vivos e passageiros.

A mobilidade e a acessibilidade são elementos centrais nas análises urbanas. As funções urbanas tem por base três elementos principais: sistema viário (elemento fixo), os percursos (fluxo) e os veículos (meio de transporte público). (MEYER *et all*, 2004).

O espaço geográfico é o resultado das interações entre fixos e fluxos. De todos os elementos que existem em uma cidade aqueles que estão fixados no solo, como os prédios, estradas, pontes e demais construções humanas são denominados como fixos. Aqueles pelos quais passam por movimentos, energia, sinergia, transporte, transição, informação e comunicação são designados de fluxos. Os fixos e fluxos interagem e expressam a realidade geográfica, entendida como espaço. Migramos esse pensamento para as direções de Santos (1997, p.50) que afirma que os “fixados em cada lugar (que) permitem ações que modifiquem o próprio lugar”. Por meio dos fluxos que se dá a compreensão de sua “significação que o Pau de Arara tem como o lugar e com as pessoas, o mesmo tempo em que, também se modificam”. (*ibidem*).

Recorremos o sentido do espaço como a contemplação da “dupla dimensão: de um lado a localização; do outro encerra em sua natureza, um conteúdo social dado pelas relações sociais que se realizam no espaço-tempo determinado, aquele de sua produção no espaço”. (CARLOS, 2001, p. 12).

Durante a construção do referencial teórico acerca do verbete “Pau de arara”, por vezes, associado ao instrumento de tortura utilizado pela ditadura militar no Brasil, por vezes associado a uma vara utilizada na cidade do interior do Brasil, para o transporte de araras, papagaios e outros pássaros. Como encontrado na obra de Caldeira (2000, p. 106):

O pau-de-arara parece ser a forma mais comum de tortura utilizada pela polícia em São Paulo. Também foi a forma mais comum utilizada contra presos políticos durante o regime militar. O preso é suspenso por uma barra pela parte de trás dos joelhos, com as mãos amarradas à frente das pernas.

Laque (2010, p.8) complementa a definição, apresentando o valor do transporte para se produzir sensação de desconforto e agravo no sofrimento:

Pau de arara no dicionário da repressão é uma trave de madeira, que apoiada sobre dois cavaletes, cadeiras ou mesas, comporta uma pessoa pendurada nela. Amarrado pelos pés e pelas mãos, o torturado fica de cabeça pra baixo e as dores começam pelos punhos e calcanhares que, pressionados pelo peso do corpo, sofrem seguidas lesões.

Comparações análogas são feitas entre as do meio improvisado de transportar pessoas com o sofrimento dos retirantes e o pagamento de promessas dos romeiros. O Pau de arara (inicialmente grafado com hífen), em termos gerais, é um meio de transporte não regular, empregado em várias cidades no Nordeste do Brasil. Consiste na prática de adaptar caminhões para o transporte de passageiros, de forma rudimentar, como forma de substituir, improvisadamente, a rota dos ônibus regulares/de linha. Além da prática do transporte de pessoas, há o serviço de cargas e encomendas praticado pelos caminhões.

Um dos raros trechos históricos que relata a presença do Pau de arara é da década de 1950, quando Leite (1955) publica em um artigo na Revista Brasileira de Geografia uma rápida, porém perfeita, definição sobre o transporte:

[...] um sistema de condução que contém, em suas características, perfeitas mazelas sociais: o “pau-de-arara”. Resulta ele de uma carroçaria de caminhão abrigada do sol por uma coberta de lona, o encerado. As pessoas viajam sentadas em pranchas colocadas transversalmente, enquanto no sentido longitudinal, nos lados e no centro, agarram-se nas madeiras que servem de suporte à improvisada capota. Daí provém o adjetivo da incômoda condução, que lembra um poleiro onde as criaturas humanas desenvolvem prodígios de equilíbrio para manterem-se apoiadas. Por extensão, os seus ocupantes tomam o mesmo nome, passando a nova terminologia (sic) a designar todo àquele que viajou nos terríveis caminhões (LEITE, 1955, p.225).

Outra expressão identificada foi na obra de Câmara Cascudo (1998)⁶ grande pesquisador e historiador da cultura nacional, que também definiu o termo em sua publicação intitulada Dicionário do Folclore Brasileiro:

Pau de Arara ²: Denominação popular dos veículos que transportam os sertanejos nordestinos para os Estados do Sul do País. O improvisado e precário arranjo para acomodar as famílias, a promiscuidade, o desasseio, o rumor incessante das vozes de homens, mulheres e crianças, associou o caminhão à imagem do Pau de arara, gradeado de madeira em que os psitacídeos são levados para os mercados citadinos.

Câmara Cascudo(1998) apresenta a história sobre a origem do termo de forma surpreendente por meio de uma narração sobre os responsáveis pelas correspondências nas longínquas povoações do sertão pernambucano. Trata-se de uma figura antiga, nominada como “estafeta”, que após a entrega, feita a pé, dos diversos tipos de encomendas como cartas, valores para depósito, jornais, dentre outras recomendações, aproveitava o espaço vago de sua bagagem e arrumava uma madeira

⁶ Nota do autor: A versão do ‘Dicionário do Folclore Brasileiro’, obra de Luiz da Câmara Cascudo, que a pesquisadora teve acesso possui a particularidade de não ser paginada, posto que a busca pelas expressões se dê através dos verbetes a serem consultados.

leve, possível de se equilibrar horizontalmente sobre os ombros e nessas tábuas paralelas, acorrentavam araras, papagaios, jandaias e periquitos, pelos pés. Esses animais já tinham a clientela certa os esperando na cidade de Recife, “de longe se ouvia o homem se aproximando em meio da barulheira”. (BRITO, LUIZ FERNANDO apud CÂMARA CASCUDO, 1998).

Na tentativa de construir uma nomenclatura histórica do Pau de arara, identificou-se na pesquisa de campo nomes como jardineiras, camionetas, rural, carro de horário, misto, caminhão, caminhonete. O fato é que a ausência de caminhões e, conseqüentemente, a inexistência de “rodagens” (estradas), fizeram com que as cidades do interior buscassem levar os produtos das fazendas para às feiras semanais dos centros consumidores e a travessia humana de longas distâncias em lombo dos animais ou no carro de bois.

“Criado” com a improvisação de uma lona e tábuas de madeira perfiladas. Barras de madeira e/ou ferro são utilizadas para fixar os encostos, e assim formar os bancos onde são precariamente acomodadas as pessoas que serão transportadas. As viagens têm horários (idas/partidas), trechos, dias, preços e até algumas paradas previamente estabelecidas pelo proprietário do transporte, por isso que os veículos também são conhecidos como “carro de horário”.

O veículo é largamente utilizado entre os distritos e a sede, assim como no transporte de “romeiros” e peregrinos que visitam a cidade de Canindé. A relação do lugar com a presença de Deus. Para Oliveira (2013), a religiosidade contemporânea vivencia a busca massiva pelo encontro do homem contemporâneo com a divindade. O espaço urbano torna-se, então, imbricação do sagrado e do profano. Nessa perspectiva, compreendemos que “turismo religioso não é, necessariamente, um turismo feito por religiosos, místicos, santos”.

Há um contexto geográfico regional, realidade nordestina, um caráter místico de riqueza cultural. Espaços públicos intermediados pelas procissões, liturgias, demonstrações públicas de fé (êxtase coletiva), massiva e contemporânea. A dimensão simbólica da fé se perpetua e atualiza suas características originais. A prática turística é, essencialmente, um exercício de trocas simbólicas e, nesse sentido, envolve também a procura pelo divino em seus múltiplos espaços de manifestação. E vai além: Atribui a esse tipo de visitaçã o a mais profunda significação da atividade turística (OLIVEIRA, 2007).

7 O trecho vai narrando que, logo, a forma de como o homem transportava sua mercadoria o identificava como o homem do pau de arara. O autor conta que ao aparecer em São Paulo, tempos depois, o nordestino, fazendo o trajeto em um “autocaminhão”, em características semelhantes às vividas pelos pássaros, o termo passou a denominar tanto o transporte como o transportado.

Documento de Aparecida recorda que o peregrino vive a experiência de um mistério que o supera. Em demonstração, religiosidade popular expressa os conteúdos da fé do povo simples, em oposição à religião oficial ou institucionalizada. Que é representada, transmitida e dirigida pelo clero. Pode expressar também os aspectos de conteúdos da fé, inclusive, da fé cristã, acentuados e preferidos pelas massas populares.

São incontáveis os registros fonográficos presente na Música Popular Brasileira que apregoam a cultura nordestina. Os enredos dessas canções tratam o cotidiano do nordestino do semi-árido, sua fala, sua coragem e disposição para o trabalho, seu bom humor e o modo como lida com as adversidades. Entre as muitas histórias contadas, existe as de Luiz Gonzaga, formato máximo da tradicional cultura nordestina. Ele cantou os dissabores da seca, da falta de chuva, de comida e de oportunidade. É dele boa parte das composições que retratam o nordestino, o sertanejo e o cearense. Observando a letra de GONZAGA; MORAES (gravada em 2009 por Zé Ramalho) “[...] Quando eu vim do sertão,/seu ‘môço’, do meu Bodocó, A ‘malota’ era um saco/ e o cadeado era um nó. Só trazia a coragem e a cara/ Viajando num pau-de-arara. Eu penei, mas aqui cheguei [...]”.

Nota-se, abertamente, a simplicidade do retirante em seu linguajar matuto, a carência de recursos, a coragem e a necessidade que se supõe ser enorme capaz de motivar uma viagem tão penosa e sofrida conforme o descrito sutilmente na passagem musical repetidas vezes. GUIMARÃES J.; GONZAGA Luiz; et all. (Gravada em 2004 por Raimundo Fagner e Zeca Baleiro) expõe o seguinte trecho:

[...] Tomara que chova logo/Tomara, meu Deus, tomara. Só deixo o meu Cariri/No último pau-de-arara Só deixo o meu Cariri/No último pau-de-arara. Enquanto a minha vaquinha/Tiver o couro e o osso E puder com o chocalho/Pendurado no pescoço Vou ficando por aqui/Que Deus do céu me ajude Quem sai da terra natal/Em outro canto não para [...]

Nele, é possível visualizar o apego que o sertanejo tem por sua terra e o quanto o mesmo protela sua viagem no Pau de arara. Para o trabalhador, sair do seu sítio, por menor que seja, seria o último caso ao findar das esperanças. Portanto, soma-se a todo esse cenário de fragilidade o termo regional ‘penar’ sugerido na canção anterior, o sacrifício de partir, de deixar suas raízes, seus familiares e costumes. Outra canção que pode ser utilizada na tentativa de construir o papel do Pau de arara, aqui, lembrada por LYRA, Carlos; MORAES, Vinícius de. (Gravada em 1978 por Ary Toledo):

Eu um dia cansado que ‘tava’ da fome que eu tinha. Eu não tinha nada, que fome que eu tinha. Que seca danada no meu Ceará. Eu peguei e juntei um restinho de coisa que eu tinha ‘duas calça’ velha, uma violinha. E num pau-de-arara toquei para cá. E de noite ficava na praia de Copacabana. Zanzando na praia de Copacabana. Dan-

quando o xaxado pras moças 'oiá'. 'Virge' Santa, que a fome era tanta que nem voz eu tinha. Meu Deus, quanta moça... Que fome que eu tinha. Mais fome que eu tinha no meu Ceará. Foi aí que eu resolvi 'comê' gilete. [...] Mas agora as coisas tão 'meiorando', sabe? Tem uma senhora muito bondosa lá no Leblon, que gosta muito de vê eu 'comê' caco de 'vrido'. Isso é que é bondade da boa. Com isso, já juntei assim uns 'quinhento' mil réis. Quando 'tivé' mais um pouquinho, eu vou 'simbora'. Volto pro meu Ceará. Vou 'simbora' pro meu Ceará Porque lá tenho um nome. Aqui num sou nada, sou só Zé com fome. Sou só pau-de-arara, nem sei mais 'cantá'. Vou picar minha mula, vou antes de tudo arrebente. Porque 'to' achando que o tempo tá quente, Pior do anda num pode ficar.

Esse poema, posteriormente musicado, figura entre os gêneros do drama e humor, apresenta um retirante sem identidade ao chegar à cidade do Rio de Janeiro. Não bastasse o sofrimento da viagem, o Pau de arara, ainda, o estigmatizava pela nova alcunha que adquiriria na sua chegada. Ali, já não existe mais um José ou Francisco e sim um Pau de arara, um “Zé com fome”, um personagem exótico (retratado, com humor, nas passagens em que se submete a comer gilete e cacos de vidro para conseguir alguns trocados).

Observa-se bem que a viagem no transporte incômodo e nada convencional valia na perspectiva da construção de uma “identidade estranha”, “figura avessa”, “Intruso social”⁸, no formato do homem sofredor que é tido como imune a toda sorte de mazelas sociais, riscos à saúde e a sua segurança. Euclides da Cunha (2001, p.207): “o sertanejo é, antes de tudo, um forte” nos apresenta não um estereotipo de força, aparência, entretanto, ao primeiro lance de vista, revela o contrário, mas o ímpeto, as lutas e batalhas desse brasileiro. Nas experiências fonográficas, busca-se compreender o conhecimento da espacialidade, ou seja, de um espaço socialmente produzido, sendo que, para entendê-lo, temos que partir para a observação do seu movimento. (DEUS, 2002).

E, por fim, a tentativa de construir os atores sociais no espaço rural, e, particularmente, no Sertão nordestino que confirmam o uso do transporte como a busca de soluções para as adversidades e problemáticas enfrentadas no dia a dia. Conforme Claval (1995) é pela cultura ou por meio de atributos culturais que as populações fazem sua mediação com o mundo e constroem um modo de vida particular, além de se enraizarem no território. Nesse caminho, a busca por compreender esse fenômeno cultural tornar-se estimulador quando se depara com questões fortes como excluídos, pobres, ares de preconceito, ausência de instâncias públicas. O fato é que há, nos Pau de arara, uma produção de (des)ordem nos espaços rurais.

8 Ambas as expressões foram compreendidas pelo pesquisador

4. AS INFERÊNCIAS DA PESQUISA DE CAMPO

Espera-se que este ensaio contribua para desenvolver estudos no campo da administração pública sobre uma abordagem analítica, crítica e reflexiva. Em entrevista a Secretária de Desenvolvimento da Cidadania, Segurança e Transporte⁹, (SEDECIST - DEMU-TRAN) confirmou que há regras para a circulação de veículos baseado na resolução nº 82, do CONTRAN (1989) que estabelecem normas¹⁰ para a circulação do pau de arara, sendo permitido nas localidades da zona rural ou próximo às divisas do Estado para transportar pessoas entre municípios cearenses e também para eventos como as romarias que sucedem no Estado do Ceará, por exemplo, nas cidades de Juazeiro do Norte e Canindé.

Os romeiros partem da crença que divindade exerce sobre o lugar dos fatos tidos como milagrosos. Com essa motivação de fé e buscas espirituais, os devotos vão para esses locais, enfrentam as distâncias extremas em viagens individuais ou em grupos, criando e re-criando a esperança e a fé. E nessa manifestação, encontramos milhares de romeiros que teoricamente nunca irão a Roma.

No município de Canindé, há concessão para o uso de paus de arara como transporte de passageiros, em parceria com a Associação dos Proprietários de Carros de Horário (APCH). Em 2013, foram catalogados 106 permissionários, todos estão com a documentação em atraso, alguns a mais de 10 anos. O valor reajustado da inadimplência em valores corrigidos ultrapassa R\$ 700.00,00 aos cofres públicos. Valores contabilizados desde o início das concessões em 2001¹¹.

Em relação aos principais problemas encarados pelo setor, estão à insegurança ao passageiro, à dificuldade de fiscalização, ocupação irregular do espaço público, inadimplência dos permissionários, as condições das Rodovias Federais/estaduais.

A pesquisa de campo analisou o projeto nominado “Adequamento no estacionamento dos paus de arara no Centro de Canindé”. Inicialmente concebido para ser aplicado ao estacionamento da Praça Cruz Saldanha, o projeto consiste, tão-somente, na substituição das placas metálicas de identificação dos destinos de origem dos transportes. As placas dão o direito ao permissionário estacionar no local pré-determinado durante o período informado na sinalização. O descumprimento a im-

9 Carlos Alberto Moreira Martins – Entrevista oral, Canindé, 28.01.13 – Arquivo Pessoal.

10 A Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJ) possui um Projeto de Lei 2.561/07 que coíbe o uso de veículos de transporte de carga ou misto, conhecido como pau-de-arara para operarem como transporte escolar com a alegativa de que o transporte escolar em veículos inapropriados põe em risco a saúde e a vida de crianças.

11 Uma operação vem sendo realizada pela Prefeitura Municipal de Canindé na tentativa de regularizar os pagamentos em atraso. Nela, a atual administração oferece desconto de 20% aos permissionários que se regulararem. Espera-se com essa resolução arrecadar ao menos R\$ 140.000,00 (cento e quarenta mil reais). Ou seja, pretende-se que todos os proprietários dos veículos aceitem o acordo com a gestão e atualizem seus cadastros. A licença está pautada na Lei Municipal nº 1.721/01 que trata sobre os tipos de concessões.

plantação permitir a guarda municipal de trânsito aplicar as multas aos veículos em descumprimento a legislação municipal. O que debate não é a legalidade da sinalização¹², nem tampouco a aplicação da multa. A questão que faz jus é quanto ao efeito das políticas públicas municipais de trânsito e o cumprimento da função social.

A seccional do Departamento Estadual de Trânsito do Estado do Ceará - DETRAN-CE, localizada no município, tem atribuição apenas administrativa e não tem poder deliberativo ou consultivo, enquanto que a Polícia Rodoviária Federal e Estadual agem em conformidade com as legislações do Código de Trânsito Brasileiro CTB, Conselho Nacional de Trânsito e Normatizações do DETRAN. Segundo a 2ª delegacia da PRF13, o principal problema enfrentado pelo transporte é a segurança. Os veículos não fornecem proteção contra colisão, proteções laterais ou cintos de segurança. A própria altura e balanço dos carros são incompatíveis para transporte de passageiros. Outro fator que preocupa às autoridades é a superlotação, uma vez que contam com a inexistência de fiscalização para trafegar.

Os agentes públicos lembram as questões da cinemática¹⁴ do trauma que são totalmente desconsideradas nessas ocasiões. A falta de enconsto nos assentos podem ocasionar acidentes como a quebra da coluna cervical. O risco aumenta com o transporte concomitante de passageiros, cargas e animais vivos. Para atender as recomendações da Organização Mundial da Saúde¹⁵ (OMS), na ação conhecida como a Década de Ações de Segurança no Trânsito (2011 - 2020), preceituando um período de 10 anos para que sejam reduzidos os acidentes de trânsito a um patamar “aceitável”, sendo que, atualmente, o trânsito brasileiro mata mais que várias guerras ao redor do mundo.

Na aproximação com os condutores dos veículos¹⁶ observou-se a questão da baixa escolaridade, sendo preciso o uso do pré-teste para a reaplicação das questões, de maneira a não tolher o sentimento nem limitar as possibilidades de expressão do entrevistado. O aspecto religioso é preponderante, no que diz respeito ao que motivam diversas pessoas a saírem do seu âmbito convencional para realizar uma viagem. Sem esse aspecto, seria muito difícil compreender o encaminhamento sig-

12 O projeto já se encontra em fase de execução. As placas oficiais já foram licitadas. Para a afixação dessa sinalização vertical, o órgão aguardará a reforma de todo “o piso” do Centro. Obra essa representada por um novo revestimento asfáltico, parceria entre o Governo do Estado e a Prefeitura Municipal. Há a previsão de ser estendida a ação para o estacionamento de paus de arara próximo aos Correios, na Rua Romeu Martins, bem como o que fica próximo ao Mercado Novo, na Euclides Barroso (Rua da Palha).

13 Inspetor Aloísio Lira – Entrevista oral, Canindé, 26.02.13 – Arquivo Pessoal.

14 Cinemática é ramo da física que estuda os movimentos sem a preocupação com as suas causas.

15 A Assembleia Geral das Nações Unidas, através de Resolução A/RES/64/255, publicada no dia 02 de março de 2010, proclamou o período de 2011 a 2020 como a “Década de Ações para a Segurança no Trânsito”.

16 Antônio Barbosa – Entrevista de história oral, Canindé, 24.01.13 – Arquivo Pessoal.

nificativo de turistas a locais como a Cidade de Canindé. É notório a impregnação da religiosidade e o entrelaç com a cultura dos sertanejos que realizam esse ofício, quando é indagado se os motoristas sentiam-se seguros no transporte dos passageiros e o mesmo diz que sim, pois as viagens são resguardados com a „proteção Divina e de São Francisco“.

Recorre-se para a construção do trabalho, a etonografia¹⁷ para retratar a experiência com o Pau de arara. A vivência do campo auxilia a construir o modo como os usuários são transportados em um Pau de arara, de maneira tal, que podemos transcrever com maior riqueza de detalhes sobre o fenômeno abordado. A primeira sensação é desconforto. No ponto de partida, tomou-se assento e logo nos primeiros movimentos do veículo, e experimentam-se os solavancos bruscos e o desconforto dos bancos. A experiência se torna, ainda, mais intensa quando os usuários trazem consigo algum tipo de bagagem de mão; o manuseio com a carga torna o apoio, ainda, mais difícil. As bagagens maiores são dispostas de modo improvisado sob os pés (diminuindo, ainda, mais o espaço para o passageiro), nas laterais da caminhonete ou por cima das nossas cabeças, na carroceria. Em certa parte do percurso, o desconforto dá lugar ao medo. As imperfeições do terreno deixam a viagem demorada e perigosa. A impressão é que a qualquer momento a caminhonete irá tombar na estrada.

Os nossos olhos presenciaram, durante o trajeto, um solo acostumado a sofrer com as irregularidades das chuvas, um cenário de pobreza e abandono social. Em relação à infraestrutura, trecho da Rodovia BR 020, os companheiros de viagem que freqüentemente fazem o trajeto, revelam em depoimentos a atual situação “ tudo está uma beleza”. Nas distintas paradas, foi possível observar outro fator de risco no transporte: as crianças que, curiosas com o movimento, debruçam-se para observar os carros, caminhões e outros paus de arara que passam ao lado, com enorme rapidez. Há chances de acidentes gravíssimos nessas ocasiões. Outros fatores corroboram para o aumento desses riscos como crianças de colo transportadas nos braços da mãe; idosos sem qualquer aparato de segurança e que ascendiam na carroceria dos veículos aparado por outros passageiros; estudantes, na boléia da caminhonete, dividindo espaço com gestantes.

Em função da ineficácia do sistema de transporte coletivo e da falta de infraestrutura para os meios de mobilidades alternativas, o cidadão passa a buscar outras formas de locomoção. Insegurança, desconforto, carência quanto à organização dos

¹⁷ Propôs-se, então, uma viagem experimental, partindo de União, distrito de Madalena, localizada na mesorregião do Sertão do Ceará, aproximadamente 180 km de Fortaleza e 73 km do município de Canindé, o destino final. A construção dessa vivência de campo se deu no início de 2013.

permissionários, “abandono” do poder público municipal, condescendência dos órgãos de fiscalização são os percalços enfrentados pelos usuários. Tudo isso nos possibilitam verificar se, ainda assim, o uso do modal como elemento cultural ou não um mal necessário? Há alguma alternativa para o deslocamento dessas pessoas? Somado a essa crítica discussão com “urbanização crítica” que Damiani (2004) define como impossibilidade do urbano para todos. A autora afirma que não há urbano para todos, tampouco moradia, transporte, trabalho para toda a população.

5. RESULTADOS DA PESQUISA

Para dar voz aos usuários tomou-se por medida metodológica a aplicação do questionário não probabilístico junto a 80 usuários do transporte. A faixa etária entre 15 a 80 anos, distribuídos em 55% do gênero feminino e 45% masculino. Na disposição do gráfico 01, a informação quanto a escolaridade dos entrevistados: 26% analfabetos, 17% ensino fundamental, 24% ensino médio e 33% ensino superior. Dois movimentos interessantes são percebidos: primeiramente mudança do quadro educacional dos opinantes residentes em zona agrícola, e, no segundo momento, a condução utilizada para o transporte de passageiros.

No gráfico 02, analisou-se a frequência de uso pelos usuários: 5% duas vezes por semana, 6% uma vez por semana. Ambos percentuais sustentam o motivo da “feira” e pagamento de contas para o motivo do deslocamento. Seguidos de 9% quinzenalmente; 29% justificam o uso diário para o transporte motivado pelo trabalho e ensino; 51% dos entrevistados asseguraram utilizar, pelo menos, uma vez ao mês para tratamentos de saúde, pagamentos de contas, recebimento de benefícios sociais como pensões, aposentadorias e bolsa família. Esse dado sugere estar havendo mudança nos meios de locomoção entre a sede e os distritos.

Em relação ao gráfico 03, este aponta a finalidade do uso para cada passageiro. 4% justificam para a romaria e a peregrinação, 12% para estudar, 20% para realizar compras, 14% utilizam para deslocar-se para o trabalho e 32% visitar parentes e amigos. Quanto ao percentual de 18% nominados como outros justificam benefícios sociais como pensões, aposentadorias e bolsa família, tratamentos de saúde entre outros motivos.

O gráfico 04 apresenta a percepção dos usuários sobre os problemas enfrentados pelo uso do Pau de arara: 44% desconforto, seguidos de 30% pela insegurança como os problemas mais graves no uso do modal. Esse dado confirma que os passageiros sentem-se profundamente incomodados com a falta segurança e conforto dos veículos. Para 16%, o preço abusivo cobrado pelas passagens, também seguido de 10%

que mencionaram a falta de fiscalização e regulação dos transportes. Esse último apresentado pelos alunos do ensino superior e tecnológico quando denunciam o desgaste dos caminhões e a superlotação.

Em relação ao sentimento de insegurança, 75% dos usuários assegurou não se sentirem seguros com transporte. Os usuários mais idosos colocam nas falas a confiança da proteção divina, em seus santos padroeiros e na perícia dos motoristas como proteção. Questionados quanto mortes e acidentes nas rodovias federais, 64% narraram já ter presenciado algum acidente de trânsito nas estradas.

Por fim, 20% afirmaram que caso houvesse a opção de fazer o trajeto em outras formas mais confortáveis como vans, micro-ônibus e veículos fechados, continuariam a adotar o Pau de Arara expressando uma fidelidade aos motoristas desse transporte.

Nesse bojo, observou-se a pertinência deste estudo e a possibilidade do desdobramento do estudo. Reportar-se as questões do tradicional e moderno. Esse tradicional que revela a identidade cultural na imagem correlata dos sertões. Aspectos do simbólico, regionalismo, religiosidade, peregrinação, territorialidade, território, carro como transporte de dor e sofrimento. Leva-nos a mergulhar na mobilidade atribuída ao desvalido, ao pobre, ao excluído, marginalizados do acesso aos bens de consumo.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após serem expostas e analisadas as informações da pesquisa, é inegável o transtorno, a insegurança e os percalços enfrentados pelo uso do Pau de arara como transporte, não só turístico, mas principalmente como meio de traslado regular para o município de Canindé, além das discrepâncias entre a realidade vivida, as leis que regem o município nas três esferas a que ele está submetido e a dificuldade encontrada pelas autoridades de trânsito em realizar uma efetiva fiscalização.

É pertinente a complexidade de se tratar sobre um tema que envolve questões de política pública, ordenamento do espaço urbano, legislação de trânsito, normatização, conscientização e fomentação de uma educação de trânsito. Também é notório o macro-problema oriundo da organização urbana.

No tocante ao estudo de campo, ficou evidente que o usuário conhece os problemas, os abusos e os riscos que correm. Não se sentem seguro ou confortável no uso do transporte, e em sua grande maioria trocaria por outra forma de transporte. A pesquisa apontou que aqueles que relutariam em trocar o Pau de arara por outro

meio de transporte, assim o fazem, principalmente, por cordialidade aos motoristas, antigos no ofício e dignos de fidelidade por parte do interiorano.

São conhecidas as limitações que o sertão cearense sofre com suas distâncias, declives de um relevo sofrido, estradas vicinais mal conservadas nas quais a menor chuva é capaz de destruir, mas, mesmo diante dessas circunstâncias, é possível se pensar numa alternativa que favoreça o uso seguro na locomoção de passageiros.

Expressão de um transporte que ao mesmo tempo é inclusivo e excludente, por levar tudo e a todos, a qualquer lugar. Tudo isso dar um cabedal de informações que versem sobre as dimensões sociais, econômica e cultural. Esperamos, sinceramente, que esse estudo venha a fazer parte de um marco na história da cultura popular brasileira.

REFERÊNCIAL BIBLIOGRÁFICO

ALMEIDA, Maria Geralda de. Tantos cerrados: múltiplas abordagens sobre a biogeodiversidade e singularidade cultural. Goiânia: Ed. Vieira, 2005.

BRASIL, Constituição Federal Brasileira de 1988: Artigo 5°.

BRASIL, Código Brasileiro de Trânsito: Lei N° 9.503, de 23 de Setembro de 1997.

BRASIL, Ministério dos Transportes, Resolução N° 82. COTRAN – Conselho Nacional de Trânsito, 19 de Novembro de 1998.

CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. Cidade dos Muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo. Tradução de Frank de Oliveira e Henrique Monteiro - São Paulo: Ed34/Edusp, 2000.

CÂMARA CASCUDO, Luís da. Dicionário do Folclore Brasileiro. 10ª ed., Ediouro, Rio de Janeiro, 1998.

CARLOS, Ana Fani. Espaço-tempo na metrópole. São Paulo, Contexto, 2001. 368 pp.

CARNEVALLI, José Antonio; MIGUEL, Paulo A. Cauchick. Desenvolvimento da Pesquisa de Campo, Amostra e Questionário para a realização de um estudo Tipo Survey sobre a Aplicação do QFD no Brasil. Núcleo de Gestão da Qualidade & Metrologia, Faculdade de Engenharia Mecânica e de Produção – UNIMEP: Santa Bárbara d’Oeste, (SP), 2001. Disponível em: <http://www.etecagricoladeiguape.com.br/projetousp/Biblioteca/ENEGEP2001_TR21_0672.pdf. > Acesso em 07/03/2013 às 10h14min.

CLAVAL, Paul. Lá géographie culturelle. Paris : Nathan. 1995

CUNHA, Euclides da. Os Sertões: (campanha de canudos); edição, prefácio, cronologia, notas e índices Leopoldo M. Bernucci.- 2ª Ed. - São Paulo: Ateliê Editorial, 2001 - (Série: Clássicos Comentados I).

DAMIANI, Amélia Luísa. Urbanização crítica e a situação geográfica a partir da metrópole de São Paulo. In: CARLOS, Ana Fani A. e OLIVEIRA, Ariovaldo U.(org.) Geografias de São Paulo: representação e crise da metrópole. São Paulo, Contexto, 2004. P. 19-58.

DEUS, João Batista de. O sudoeste goiano e a desconcentração industrial. Coleção centro oeste de estudos e pesquisa. Brasília, Ministério do Turismo da Integração Nacional, Universidade Federal de Goiás, 2002. 243 p.

GONZAGA, Luiz.; MORAES, Guio de. Pau de Arara. Interprete: Zé Ramalho. In.: Zé Ramalho canta Luiz Gonzaga. Produção Executiva: Marcelo Froes. São Paulo: Discobertas, 2009. 01 CD Sonoro, faixa 10 (02min43seg).

GUIMARÃES J.; GONZAGA Luiz; et all. Ultimo Pau de Arara. Interpretes: Raimundo Fagner e Zeca Baleiro. In.: Raimundo Fagner & Zeca Baleiro - O Show. Direção artística: Liber Gadelha. São Paulo: Multishow, 2004, 01 DVD Sonoro, colorido, faixa 20 (04min e 45seg).

IBGE. Ceará. In: _____. Censo 2010. [S.l.], [2010]. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/tabelas_pdf/total_populacao_ceara.pdf>. Acesso em: 24 jan. 2014a.

_____. Cidades: Canindé-CE. [S.l.], [20--]. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/tabelas_pdf/tota_populacao_ceara.pdf>. Acesso em: 23 jan. 2014b.

LAQUE, João Roberto. Pedro e os Lobos - Os Anos de Chumbo na trajetória de um guerrilheiro urbano. Vega Editora, 2010.

LEITE, Francisco Barboza. O Pau-de-Arara. *Revista Brasileira de Geografia*, ano 17, nº 2; Secção: *Tipos e aspectos do Brasil*: IBGE, 1955.

LYRA, Carlos; MORAES, Vinícius de. Pau de arara. Intérprete: Ary Toledo. In.: Ary Toledo. São Paulo: Fermata Produções, 1978, 1 disco sonoro 33 1/3 RPM. Lado A, faixa 1 (05m19seg).

MEYER, Regina Maria Prosperi, GROSTEIN, Marta Dora & BIDERMAN, Ciro. São Paulo Metrópole. São Paulo, Edusp/Imprensa Oficial de São Paulo, 2004. 290 pp il.

MENDES, Marcos. Morrinhos regulariza ônibus escolar. *Diário do Nordeste Digital*. 13 de março de 2013. Disponível em: <<http://diarionordeste.globo.com/materia>>.

asp?codigo=1241495>. Acesso em 15/03/2013 às 18h.

MINAYO, M.C.S. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. Rio de Janeiro: Abrasco, 2004.

OLIVEIRA, C.D.M. festa populares religiosas e suas dinâmicas espaciais. Mercator - Revista de Geografia, Fortaleza, UFC, ano6. n.11, 2007

SANTOS, Milton. A natureza do espaço. Técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo, HUCITEC, 1997. 308 p.

_____. MetrÓpole corporativa fragmentada. O caso de São Paulo. São Paulo. Nobel/ Secretaria do Estado da Cultura, 1990. 117 p.

SILVA, L. M. O. Pedir, prometer e pagar: escritos, imagens e objetos dos romeiros de Canindé. 2007. 193 f. Dissertação (Mestrado em História Social) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2007.

SILVA, L.R.T; OLIVEIRA, C.D.M. A conquista da metrÓpole profana: uma análise da territorialidade religiosa como instrumento da patrimonialização imatreal em Fortaleza (CE). revista Brasileira de Ecoturismo, São Paulo, v.6, n.1, jan/abr-2013, pp.65-80

SOUZA, Marcelo Lopes de. Mudar a Cidade: Uma introdução crítica ao planejamento e à gestão urbanos. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.



Controvérsias analíticas sobre a turistificação da musicalidade diamantinense: o caso das vespertas¹

Analytical disputes on the Diamantina's musicality's touristification: the case of vespertas

Mariana da Conceição Alves²
Alan Faber do Nascimento³

1 Este trabalho é derivado do projeto de pesquisa “As vespertas como um produto turístico: uma proposta de análise de sua pauta musical” coordenado pelo Prof. Dr. Alan Faber do Nascimento, docente do curso de turismo da UFVJM. O projeto conta com uma bolsa de iniciação científica do Programa Institucional de Iniciação Científica e Tecnológica FAPEMIG-UFVJM.

2 Bacharel em Humanidades e em Turismo pela Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri – Diamantina-MG. E-mail: mariana.sp15@hotmail.com

3 Doutor em Geografia Humana e Professor do curso de Turismo da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri- Diamantina-MG. E-mail: alan.faber@ufvjm.edu.br

Resumo

O presente artigo tem como objetivo analisar teórica e empiricamente a turistificação da tradição musical diamantinense. Tomando como referência as vespertatas, principal atrativo do município mineiro de Diamantina, procura-se, num primeiro momento, problematizar as análises que buscam explorar a relação entre turismo e tradição musical em termos de descaracterização ou hibridismo cultural. Num segundo momento, objetiva-se mostrar que as vespertatas são tão somente um produto turístico, uma vez que a referência ao tradicional é uma forma de tornar legível uma dada mercadoria lançada ao público consumidor. Apoiando-se no argumento de que a novidade histórica trazida pela globalização é a formação de um imaginário coletivo internacional, as vespertatas são entendidas como uma mercadoria cujo consumo se fundamenta na produção de signos ligados à indústria fonográfica mundial e ao imaginário criado em torno das cidades históricas mineiras.

Palavras-chave: Vesperata. Mercadoria. Hibridismo. Descaracterização Cultural.

Abstract

This article aims to analyze theoretically and empirically the touristification diamantinense musical tradition. Referring to vespertatas, main attraction of the mining town of Diamantina, it will seek, at first, questioning to discuss the analyzes that explore the relationship between tourism and musical tradition in terms of distortion or cultural hybridity. Secondly, the objective is to demonstrate that vespertatas are a tourist product which reference to the traditional is just a way to make it legible to a given commodity available to the consumer. Building on the argument that historical novelty brought by globalization is the formation of an international collective imaginary, the vespertatas are understood as a commodity whose consumption is based on the production of signs linked to the global music industry and the imaginary created around the historic mining towns.

Keywords: Vesperata. Commodity. Hybridity. Cultural Distortion.

1 Introdução

Além do conjunto arquitetônico setecentista e das belezas naturais que compõem a paisagem da cidade de Diamantina⁴, localizada no Alto Jequitinhonha, no estado de Minas Gerais, destaca-se um elemento inerente a sua história, a musicalidade.

4 Diamantina foi chancelada pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) como Patrimônio Cultural da Humanidade em 1999. O conjunto arquitetônico de seu centro histórico é tombado pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional). O município integra, ainda, o Circuito dos Diamantes e a Estrada Real. Além disso, Diamantina foi classificada pelo Ministério do Turismo como um dos 65 destinos indutores do Brasil.

Enraizada na cultura diamantinense, a efervescência musical está presente de tal modo que é corrente o comentário de que em cada família há pelo menos um músico. Não por acaso, a tradição de execução de serestas e serenatas tornou Diamantina mundialmente conhecida como a “Terra Nacional da Serenata” – título que, frequentemente, permeia os noticiários, apresentando o município, também, como a “Cidade Musical de Minas Gerais”.

São muitos os fatores sociais e históricos que explicam a musicalidade diamantinense. Uma hipótese plausível para o surgimento dessa tradição cultural está relacionada com aquilo que a historiadora Laura de Mello e Souza (1997) chamou de “sociedade movediça”. Grosso modo, o argumento gira em torno da ideia de que nos arraiais auríferos não houve, de imediato, uma estrutura social hierarquizada como ocorreu, por exemplo, no nordeste açucareiro. Os arraiais eram constituídos e desconstituídos ao sabor das descobertas de novas jazidas, de modo que, num contexto assim, era difícil uma tradição se manter. Prova disso é o descrédito dos formalismos expresso nos hábitos e costumes de homens e mulheres: era comum, durante as missas, as mulheres cruzarem as pernas, algo impensável em sociedades mais rígidas, bem como o fato de os homens não usarem perucas e sapatos de saltos. Contudo, a ausência de uma tradição não significou que ela não tenha surgido, posteriormente, como tarefa a ser cumprida. E são justamente os letrados, classe ociosa enriquecida pela mineração e que começa a ostentar foros de nobreza, que se encarrega de tal empreendimento, seja, por exemplo, pela dedicação às letras e viagens ao exterior, notadamente à cidade portuguesa de Coimbra, ou por meio de grandes somas de dinheiro destinadas à contratação de músicos e composição de peças musicais⁵.

Para além das hipóteses teóricas sobre sua formação, o fato é que a tradição musical diamantinense persiste até os dias de hoje, a ponto de ser apropriada pelo turismo. Dessa apropriação, a chamada *Vesperata* é, sem dúvida, a que mais desperta interesse, tanto que é apresentada pelas agências e operadoras turísticas como o principal atrativo local. Sobre isso, note-se o que diz a agência Minas Gerais, empresa responsável pela comercialização e produção executiva do evento: “A *Vesperata* por seus elementos culturais riquíssimos e fortíssimos, sendo um deles a musicalidade diamantinense, é considerada um Patrimônio Imaterial da cidade”⁶. O mesmo se infere da divulgação feita pelo sítio eletrônico de uma das principais pousadas de Diamantina: “assista a um dos mais belos espetáculos musicais da cultura

5 Outra interpretação possível sobre a floração artístico-musical das Minas Setecentistas está relacionada às Irmandades e Ordens Terceiras, e seus múltiplos papéis desenvolvidos no território mineiro.

6 Disponível em <<http://www.minhasgerais.com/index.php/component/content/article/-destaques/3vesperata>> Acesso em: 30 out. 2013.

diamantinense: (...) cada show reúne mais de mil pessoas. Nada se compara à sensação de assistir à apresentação degustando um bom vinho, ou, se preferir, a famosa cachaça de Minas”⁷.

A título de descrição, a Vesperata ocorre entre os meses de março e outubro, período em que a estação seca permite as apresentações feitas ao ar livre na rua da Quitanda, situada no centro histórico da cidade. O evento fica por conta da banda do 3º Batalhão da Polícia Militar e da Banda Mirim Municipal Prefeito Antônio de Carvalho Cruz. Os músicos se apresentam no alto das varandas de casarões históricos, enquanto o maestro, posicionado ao nível da rua, comanda a orquestra rodeado pelo público que comprou uma mesa servida pelos bares e restaurantes locais. Isolando esse público do restante dos espectadores, há uma corda suspensa por pedestais, que segue da parte baixa da rua até a sua porção mais alta, na altura do antigo Grande Hotel, formando uma espécie de quadrilátero.

É interessante notar que, embora as vespertatas sejam apresentadas pelo trade turístico como uma tradição que remonta às antigas tardes vesperais e retretas públicas de fins do século XIX, a pauta do evento é, dominada por músicas do repertório mundial e nacional. Por outro lado, paradoxalmente, é pequeno o espaço dedicado às músicas propriamente locais e regionais. Além disso, cumpre destacar o esforço por parte da organização do evento em transmitir uma ideia de autenticidade, razão por que abundam referências ao passado mineiro, à tradição musical diamantinense e aos personagens históricos locais, a exemplo de Juscelino Kubitschek e do casal Chica da Silva e o contratador João Fernandes.

Alguns autores têm interpretado esse paradoxo com base na ideia de descaracterização cultural. O argumento é que, em razão da turistificação das apresentações musicais e dos processos de homogeneização induzidos pelo mercado, estaria ocorrendo a perda de identidade das vespertatas. Sob outra perspectiva analítica, há, também, aqueles que entendem que se trata de um processo de hibridismo cultural, uma vez que a cultura nunca permanece a mesma, porquanto se hibridiza nos diferentes contextos históricos e sociais.

Consideramos, contudo, que tais análises efetuam uma leitura formal e não-dialética das vespertatas, ao estabelecer uma relação de continuidade com as antigas serenatas e retretas públicas, ainda que mediada por processos de homogeneização ou hibridação. Nossa hipótese é outra. A nosso ver, as vespertatas se originaram enquanto um produto turístico, cuja produção, se, por um lado, se apropria de referências

⁷ Disponível em: <<http://www.pousadadogarimpo.com.br/diamantina.php>> Acesso em: 15 dez. 2013.

tradicionais; por outro, faz do tradicional algo para ser visto, e não vivido, isto é, como citação que serve para familiarizar o consumidor a uma determinada mercadoria⁸.

Aprofundando no debate, este artigo tem como objetivo, tomando como referência as vespertatas, analisar teórica e empiricamente a turistificação da tradição musical diamantinense. A ideia é problematizar dois modelos analíticos (o da descaracterização cultural e o do hibridismo) que têm sido, constantemente, utilizados nas produções acadêmicas para discutir a relação entre turismo e tradição musical. Mais precisamente, o objetivo é demonstrar a vespertata como um produto turístico, cujo repertório mundializado procura transmitir uma ideia de autenticidade própria para o consumo, por meio de uma gama de citações sígnicas ligadas ao imaginário das cidades históricas.

Para discutir o modelo analítico pautado na ideia de descaracterização, realizou-se uma pesquisa bibliográfica com base em autores que sustentam esse tipo de interpretação, a exemplo das discussões realizadas por Carlos Fortuna (1995) e, no caso das vespertatas, no trabalho de Antônio Carlos Fernandes e Vander Conceição (2007). Já para analisar o segundo modelo interpretativo, a investigação se baseou nas reflexões de Néstor Canclini (2008), autor que discute a hibridação no contexto contemporâneo da cultura latino-americana, principalmente no México, e no trabalho desenvolvido por Leila Amaral (2012), autora que discute como se efetua o processo de hibridação nas vespertatas. E para analisar as vespertatas como um produto turístico, os procedimentos metodológicos compreenderam: pesquisa de campo de caráter observativo, realizada durante a execução das vespertatas; pesquisa documental nos arquivos cedidos pela Secretaria de Cultura, Turismo e Patrimônio de Diamantina; revisão das pautas musicais das vespertatas feitas entre os anos de 2012 e 2013; revisão de pesquisa de opinião realizada pela prefeitura municipal no ano de 2013; revisão das pautas dos anos de 2003 e 2009, cedidas pela Banda do 3º Batalhão da Polícia Militar de Minas Gerais⁹, e mais pesquisa bibliográfica focada nos textos de John Urry (2001) e Renato Ortiz (1994).

8 Neste trabalho, “produto turístico” não se limita a uma concepção técnico-administrativa do termo: um produto formatado para ser oferecido aos turistas, com atrativos, equipamentos e serviços. Num sentido mais amplo, usamos “produto turístico” para expressar processos de mercantilização da cultura, da natureza, do espaço, cuja reprodução se baseia na expropriação social dos mais diferentes conteúdos sociais, históricos e culturais, em benefício das abstrações da forma-mercadoria.

9 O motivo da escolha em se trabalhar com pautas dos anos de 2003, 2009, 2012 e 2013 foi a necessidade de observar a evolução do repertório musical ao longo dos anos, algo que só seria possível por meio da análise de pautas mais antigas e de pautas mais recentes. Porém, a intenção era trabalhar com pautas anteriores a 2003, mais precisamente dos anos iniciais do evento, mas, uma das dificuldades da pesquisa foi justamente encontrar as pautas musicais do período, já que muitas delas não foram conservadas tampouco guardadas.

2. A DESCARACTERIZAÇÃO CULTURAL: UM DEBATE SOBRE PERDA DE AUTENTICIDADE

A problemática da descaracterização das festas populares e das manifestações culturais, comumente, está vinculada ao desenvolvimento da atividade turística. Ainda que o alcance explicativo da noção de descaracterização cultural tenha sido reduzido, devido às revisões teórico-metodológicas ocorridas na antropologia, as análises sobre a perda de autenticidade de formas culturais e identitárias, todavia, guardam lugar nos discursos políticos, no senso comum, e, também, no meio acadêmico.

De imediato, cumpre citar uma discussão que presenciamos num evento acadêmico-cultural realizado na Universidade Federal de Sergipe (UFS). Na oportunidade, em uma das mesas-redondas da programação do evento, cujo propósito era discutir a descaracterização de algumas manifestações culturais do nordeste brasileiro, uma pessoa da plateia fez uma afirmação polêmica, ao dizer que o frevo estaria se descaracterizando, a ponto de ter se transformado em “aeróbica”. Aproveitando o ensejo, um dos componentes da mesa redonda afirmou que as quadrilhas e festas de São João estão se tornando cada vez mais descaracterizadas, o que gerou uma celebração em que há muito brilho nas roupas e nos adereços, mas “pouca dança”. Na sua visão, outras tradições regionais estariam passando pelo mesmo processo, como, por exemplo, a Festa do Boi de Parintins, o Sírrio de Nazaré e algumas festas de padroeiros, por causa da agregação de valores midiáticos e da atividade turística.

Argumento semelhante tem sido utilizado para analisar as vesperatas. É o caso do trabalho de Fernandes e Conceição (2007) que apontam na perspectiva da descaracterização para explicar as transformações pelas quais as vesperatas passaram ao longo dos anos. Cumpre dizer que, embora não utilizem a noção explicitamente, no resgate histórico que efetuam sobre a tradição musical diamantinense, é possível inferir a ideia segundo a qual essa tradição está sendo transformada para responder às expectativas dos turistas que buscam monumentalidade e exotismo.

No tocante à historiografia da musicalidade de Diamantina, chamam a atenção para as apresentações musicais do “Anjo da Meia Noite”, época em que João Batista de Macedo, o maestro Piruruca, começou a reger as retretas executadas pela banda militar de uma maneira diferente, na qual os grupos de músicos e solistas eram distribuídos nas sacadas dos sobrados:

(...) É uma fantasia muito bem elaborada, cuja melodia oferece aos instrumentistas a possibilidade de executarem os solos em uma situação bastante parecida com um sistema de pergunta e resposta, como se os músicos estivessem praticando uma provocação musical, com destaque, sobretudo, para os trompetes, trombones e bom-

bardinos. Oferece uma execução especial para o prato, destacando doze badaladas, as quais, nos tempos da Sé antiga, algumas vezes ganharam a participação do bimbalar do sino da igreja, numa feliz inovação. O nome registrado nos frontispícios dos manuscritos da partitura é italiano: La Mezza Notte. Sua autoria é atribuída ao maestro D. Carlini (FERNANDES, CONCEIÇÃO, 2007, p.103).

Porém, o mais importante é que, em vários momentos da análise, os autores sustentam o argumento de que a vesperata é um evento que já ocorria desde o século XIX e que foi retomado no dia 16 de agosto de 1997:

(...) quando em 16 de agosto de 1997, durante o lançamento do Programa Nacional de Turismo Cultural do Ministério da Cultura, foi retomada a secular tradição musical diamantinense, idealizada pelo maestro João Batista de Macedo, o grande maestro Piruruca, em suas apresentações com a Banda Militar: os grupamentos de músicos eram destacados nas sacadas dos sobrados, sendo regidos pelo maestro no centro da praça, ladeado pelo público ouvinte (FERNANDES e CONCEIÇÃO, 2007, p.176).

O que se infere de tal interpretação é a ideia de que teríamos dois momentos de uma mesma unidade. Num primeiro momento, existem as antigas serenatas e retretas públicas, conduzidas pelo maestro Piruruca, à época, responsável por uma inovação nas apresentações, ao organizar os músicos nas sacadas dos casarões; e num segundo momento, caracterizado pela turistificação das apresentações, a partir de 1997, estaria ocorrendo a perda de identidade das vesperatas, devido à homogeneização induzida pelo mercado.

Exposto, portanto, esse modelo analítico sobre as vesperatas, passemos agora para as interpretações que as compreendem em termos de hibridação cultural.

3. ENTENDENDO A VESPERATA EM TERMOS DE HIBRIDISMO CULTURAL

Um dos autores que trabalhou sistematicamente a noção de hibridismo cultural é, sem dúvida, o antropólogo argentino Néstor Canclini. Em sua obra “Culturas Híbridas”, Canclini (2008) define a hibridação como um processo em que práticas ou estruturas que, inicialmente, tinham sua existência independente se combinam gerando novas práticas, objetos e estruturas. É o caso, por exemplo, de uma composição musical que se hibridiza por meio de cruzamento de linguagem com outras expressões, ou de uma rua que, em razão de seu desenvolvimento, abriga diferentes épocas e estilos. Vale destacar que o processo de hibridação se intensificou, com a urbanização da sociedade, já que, inicialmente, as comunidades existentes eram distribuídas dispersamente e sustentavam culturas locais e tradicionais. Contudo, por causa da expansão urbana, potencializada, mais tarde, com o advento da globa-

lização, a cultura se tornou heterogênea e integrada pelos meios de comunicação.

Com relação às festas populares, o autor observa que as mudanças verificadas nelas não são apenas fruto dos grupos sociais que as suportam, mas, também, induzidas pelo comércio, pela mídia, etc. Essas festas demonstram como o popular é formado por processos híbridos: “o popular não é vivido pelos sujeitos populares como complacência melancólica para com as tradições” (CANCLINI, 2008, p. 221).

Deve-se explicar que, nos estudos em turismo, a noção de hibridismo tem sido utilizada para superar as análises sobre a relação entre tradição e modernidade com base em categorias como autenticidade, impactos e descaracterizações culturais, ou aculturação, que nortearam o debate acerca do tema até a década de 1990. A crítica a tal modelo analítico, suscitada por uma revisão conceitual e metodológica ocorrida no interior da própria antropologia, decorre de sua concepção circunscrita, homogênea e dicotômica dos processos de mudanças culturais engendrados pelo turismo (SANTOS; BARRETO, 2006). Sob a ótica do hibridismo, o encontro e as mudanças culturais passam a ser vistos como algo processual, dialógico e dinâmico, num processo em que as identidades culturais e étnicas são reelaboradas por meio do realce de seus traços diacríticos¹⁰.

No caso específico das vespertatas, Amaral (2012) é uma autora que se valeu da noção de hibridismo para analisar a turistificação da tradição musical diamantinense. Num primeiro momento, sua análise chama a atenção para algumas tensões existentes no campo econômico do evento, na exploração entre público e privado, e na relação com o patrimônio. Na primeira tensão, a economia é vista como um campo de lutas e posicionamentos entre os agentes. Nesse sentido, cada indivíduo tem uma posição diferenciada dentro dessa estrutura e, por isso, defende seus interesses e posicionamentos, criando um campo de lutas. A segunda tensão é a contradição presente na exploração privada e econômica de bandas públicas como a do Terceiro Batalhão da Polícia Militar e a Banda Municipal Mirim Prefeito Antônio de Carvalho Cruz. E a terceira tensão se traduz nos anúncios presentes no sítio eletrônico da agência responsável pelo evento, a agência Minhas Gerais: “A Vespertata, por seus elementos culturais riquíssimos e fortíssimos sendo um deles a musicalidade diamantinense é considerada um Patrimônio Imaterial da cidade”. Ora, afirma a autora,

¹⁰ Nos estudos em turismo, essa perspectiva analítica pode ser identificada no trabalho de Rodrigo de Azevedo Grunewald. Em sua análise sobre as relações entre turismo e a cultura dos índios Pataxó, o autor observa que o artesanato tradicional local foi reelaborado pelo desenvolvimento turístico, uma vez que a fabricação de gamelas manteve preservados os significados ligados ao antigo modo de vida indígena, ao mesmo tempo em que ganhou uma nova significação expressa na sua moderna configuração comercial (GRUNEWALD, 2003). Margarita Barreto é outra autora que desenvolveu e orientou trabalhos, no campo do turismo, com base na noção de hibridismo cultural.

o único bem intangível patrimonializado, em Minas Gerais que inclui Diamantina, é o toque dos sinos, ainda que o município seja Patrimônio Histórico Cultural desde 1938 e da Humanidade desde 1999. Assim, na sua visão, a utilização desse discurso existe para legitimar e reforçar a exploração de uma manifestação cultural: “tal uso encobre uma série de questões como, por exemplo, para quem são as vespertatas de fato, bem como a relações de poder que estão implícitas no uso do discurso do patrimônio para referenciar os usos que delas se faz” (AMARAL, 2012, p. 19).

Mas Amaral (2012) não se limita a problematizar os paradoxos existentes nas vespertatas, posto que, num segundo momento, recorre à ideia de hibridação para discutir suas transformações. Assim, a autora se depara com o seguinte questionamento: como se dão os processos de hibridação no caso das vespertatas? A resposta encontra-se na reconversão do patrimônio:

(...) percebendo as Vespertatas como reconvertidas em um novo contexto, desloca-se o estudo da identidade para a heterogeneidade e a hibridação. Temos então dois momentos fundamentais: o das práticas discretas- o Anjo da Meia Noite - e a hibridação - As Vespertatas. Não se trata de definir uma identidade musical para, a partir dela, reafirmar a relevância e a importância das práticas exercidas nessa manifestação cultural, mas sim de tentar percebê-la em toda a sua heterogeneidade na reconversão (AMARAL, 2012, p. 20).

É evidente que o argumento é plausível, no entanto, tal como no caso do modelo anterior, permanece a ideia de “continuidade” com o passado, ainda que mediada por processos de hibridação ou aculturação. Ora, o problema desse modelo analítico é que ele opera uma separação entre cultura e realidade sócio-econômica, em parte porque abstrai as determinações histórico-materiais da cultura; em parte porque não atenta para as mediações culturais sobre os processos sociais e econômicos. É preciso situar material, social e historicamente o campo simbólico-cultural, já que não se trata de mera questão de encontro de universos simbólicos (aculturação) ou de processos culturais reelaborados (hibridação), sob pena de perder de vista os processos de alienação, segregação e expropriação social engendrados pela turistificação da tradição musical diamantinense, conforme iremos demonstrar a seguir.

4. A VESPERATA ENQUANTO UM PRODUTO TURÍSTICO

Os tempos e os espaços sociais experimentados pelo turista são, comumente, associados ao provisório, à fugacidade e à impessoalidade. Exemplo dessa condição é o enredo do filme *O Terminal*, dirigido por Steven Spielberg. O longa-metragem narra a história de Viktor Narvoski, cidadão da fictícia Krakozhia que, devido a um

impasse diplomático entre o governo de seu país que acabara dar um golpe de estado e as autoridades norte-americanas, termina por ficar preso no saguão de um aeroporto em Nova York. No caso, o dilema de Viktor não reside no fato de que está impedido de voltar para casa, uma vez que seu país está em guerra, tampouco por não conseguir pisar em solo americano, em razão da falta de visto, mas sim porque precisa viver num espaço, eminentemente, funcional, marcado pela despersonalização das relações e onde, à primeira vista, é impossível fincar raízes.

Desnecessário dizer que o enredo do filme nos faz lembrar da noção de não-lugar, utilizada por Marc Augé. Segundo o antropólogo francês, o não-lugar é um espaço que não pode se definir como identitário, relacional e histórico, a exemplo de rodovias, estações ferroviárias, aeroportos, postos de serviço e conveniência, shoppings centers e supermercados. Os não-lugares seriam, assim, diametralmente opostos àqueles espaços existenciais, de que nos fala Merleau-Ponty, caracterizados por uma experiência de relação com o mundo de um ser essencialmente situado num meio (MERLEAU-PONTY apud AUGÉ, 2012). Por outro lado, é preciso explicar que o não-lugar nunca existe sob uma forma pura, porquanto os lugares se recompõem nele. Razão pela qual, com o passar dos dias, o nosso desterritorializado “krakhoziano” transforma o aeroporto internacional John F. Kennedy em seu lar.

Todavia, ainda que a analogia entre o filme e a experiência turística seja válida, é preciso interrogar se ela corresponde mesmo ao real significado das viagens contemporâneas. Seria o caso de perguntar o que aconteceria se o personagem principal da trama não procedesse de um lugar fictício, mas se fosse um francês, um inglês, um brasileiro, ou, até mesmo, um chinês. Ficariam eles desorientados e sem um sentido de lugar no interior de um aeroporto? Mais ainda, atualmente, onde é que nos sentimos mais familiarizados: no lobby de um hotel internacional ou nos labirínticos becos de uma cidade histórica como Marrakesh? Ora, o paradoxo do mundo atual é que nos sentimos em casa em espaços abstratos, ao passo que os lugares concretos passaram a nos causar estranheza.

De fato, segundo Ortiz (1994), a principal novidade trazida pelo movimento de mundialização da cultura foi a criação de um imaginário coletivo internacional composto por um sem-número de referências sógnicas produzidas pelos meios de comunicação de massa. Tal como a execução de uma campanha publicitária, concebida, rodada e editada em diferentes lugares, ou, ainda, à semelhança de um filme-global, produzido, dirigido e financiado por agentes de diferentes nacionalidades, a formação desse imaginário sintetiza signos e referências culturais mundialmente reconhecidos. Não surpreende, assim, que passamos a nos sentir familiarizados em espaços, tradicionalmente, tidos como abstratos anônimos e serializados, a exemplo

de free-shops, hotéis, aeroportos e estações rodoviárias. Desse modo, semelhante a um texto semiológico, o que tais espaços oferecem ao transeunte é um conjunto de signos encarnados em objetos que tornam a abstração legível, reconhecível.

A mundialização da cultura engendra dois momentos: o da desterritorialização pelo signo e o da reterritorialização por um objeto de consumo (ORTIZ, 1994). No primeiro momento, cria-se o signo que, ao contrário das formas simbólicas, não se realiza enquanto representação do real, porquanto se trata de forma autonomizada, podendo, portanto, circular livremente, independente do território e do tempo histórico: “retirados do contexto original, uma cornija egípcia ou um panteão ao ar livre podem coabitar ao lado de arcos clássicos ou góticos” (ORTIZ, 1994, p. 110). E num segundo momento, o signo se reterritorializa em objetos de consumo, isto é, em mercadorias cuja abstração demanda uma citação que as tornem legíveis para o consumo. Nesse sentido, não é exagerado afirmar que Mickey Mouse não é mais americano, tampouco o filme de faroeste (haja vista o spaghetti western), que a Torre Eiffel não é mais francesa, que as pirâmides não são mais egípcias, ou que o Carnaval não é mais brasileiro.

Desnecessário dizer que o uso de signos grassa na realização de uma vespertina. A utilização dos signos corresponde ao momento de reterritorialização das abstrações realizadas pela forma-mercadoria, expressas, por exemplo, no cordão de isolamento que abstrai os conteúdos populares das apresentações, ou no próprio nome do evento, convertido em marca (citação que remete a Vênus, planeta que, na astrologia, simboliza a paixão) e objeto, inclusive, de contendas por direitos de propriedade. Contudo, é no repertório musical do evento que o uso de referências signílicas se manifesta de maneira mais patente. Note-se que a pauta de uma vespertina contém músicas de diversos estilos, oriundas de diferentes épocas e partes do mundo, como a valsa “Ondas do Danúbio” de Ivan Invanovici, a seleção de músicas do filme “Nos tempos da brilhantina”, a opereta demonstrada na música “Cavalaria Ligeira” de Franz Von Suppé, o rock de Los Bravos em “Black is Black”, a peça sinfônica “La Mer” de Charles Trenet, além de composições internacionais como, “Granda”, “New York, New York”, “Can’t take my eyes off you”, “Besame Mucho” e “How deep is your love”, bem como composições nacionais como “Aquarela do Brasil”, “Carinhoso”, “Sampa”, “Canção da América” e “Borbulhas de Amor”. Por outro lado, é pequeno o espaço dedicado às músicas locais e regionais, a exemplo dos “Coretos de Diamantina”, compostos por músicas como “Diamantina em Serenata”, “As Ruas e a Seresta”, “Peixe Vivo” e “Joia Rara”.

Assim, contrariando as discussões que entendem a Vespertina em termos de des- caracterização ou hibridismo, vários elementos indicam que se trata de um produto

turístico historicamente datado. A esse propósito, cumpre citar algumas músicas presentes no repertório da Vesperata do dia 17 de maio de 2003, quando o evento possuía apenas seis anos de existência. O repertório foi iniciado com a composição de Franz Von Suppé “Cavalaria ligeira”, que, costumeiramente, figura nas vespertatas mais atuais, caso das apresentações realizadas nos anos de 2012 e 2013. No mesmo dia, também, foi executado “Aquarela do Brasil” de Ary Barroso e canções que recordam os anos 1960. Igualmente, a vespertata realizada no dia 26 de abril de 2003 apresentou um repertório mundializado, sendo composto por músicas como “Tributo a Lupício”, “Love is All”, “Ibiza Dance” e “Dime”. Já sobre as vespertatas mais atuais, vale citar que em uma das apresentações do ano de 2013 foi introduzida uma música de estilo sertanejo, “Apaziguar” de Bruno e Marrone, com a utilização de referências sígnicas como: “vivemos um tempo de guerra, por vezes velada, não declarada, mas ainda assim, guerra. Nos lares, nas ruas, nas empresas, há sempre uma luta pelo poder, pelo dinheiro, pelo status social”. Além disso, na apresentação desse mesmo dia, foi acrescentada uma das músicas tema de uma telenovela da rede Globo: “Esse cara sou eu” de Roberto Carlos.

Apesar do repertório mundializado, é interessante frisar o esforço, por parte do trade turístico e da administração municipal, em transmitir uma ideia de autenticidade. Razão por que abundam referências ao passado de Minas Gerais, à tradição musical diamantinense e aos personagens históricos da cidade. É pela mesma razão que Baudrillard (1972) afirma que o gosto pelo antigo é uma maneira de, por meio do signo, assegurar a legitimidade de algo. É evidente que essas alusões não remetem a uma historicidade concreta. Veja-se, por exemplo, o caso da ex-escrava Chica da Silva e do contratador de diamantes João Fernandes. Esses personagens representam um dos pontos altos de uma vespertata. Eles atraem os olhares dos turistas, que, por sua vez, ficam ansiosos por uma foto com o casal. Não surpreende que a agência “Minhas Gerais” utilizou os personagens em um dos seus folders de divulgação com a seguinte mensagem: “A personagem Chica da Silva também recebe a todos, estando disponível o serviço de fotografia no local” – vale ressaltar que, para Urry (2001), o ato de fotografar é uma maneira de se apropriar do objeto fotografado, obtendo um conhecimento visual, mesmo que momentâneo. É um modo de miniaturizar o real, mesmo que não seja revelada sua natureza construída, tampouco seu conteúdo ideológico. Por outro lado, a fotografia consiste em uma prova material de que se esteve presente: “com essa comprovação congelada em forma de fotografia, o registro será perpetuado e apreciado pela sociedade, responsável pela alimentação dos signos” (BARBOSA, 2001, p. 17).

Sobre essa tentativa de afirmar a autenticidade das vespertatas, interessa notar

que o turismo é, sistematicamente, apresentado como uma atividade ligada à busca de experiências diferentes e ao desligamento da rotina. Esse pensamento é utilizado, principalmente, quando o turismo é entendido enquanto um fenômeno – nos referimos à perspectiva do filósofo Edmund Husserl, que entendia a viagem com base na ideia de experiências vividas, na busca daquilo que se manifesta nas sensações e nos sentidos, ou seja, naquilo que não se vê. Daí a razão por que se cunhou a noção de “autenticidade encenada”, isto é, como se o turista fosse fraudado em sua busca por autenticidade porque lhe é oferecido pelo mercado uma região de fachada (MacCannell, 1999). Ora, o uso de referências sígnicas para a montagem de um produto parece deslegitimar esse tipo de argumentação. Apoiando-nos, mais uma vez, em Ortiz (1994), afirmamos que essas referências funcionam como um meio de reconhecimento e comunicação, já que, por meio delas, é possível “sentir-se em casa” em qualquer lugar e situação vivida. Dito de outra forma, não se trata de fuga ou mergulho numa realidade fantástica e feérica; pelo contrário, na experiência turística tudo é costumeiro, não existem surpresas. Aliás, o que é fachada nessa experiência é a pretensa demanda pelo autêntico, uma vez que o prazer está no reconhecimento, na identificação daquilo que já se sabe. Sob esse ponto de vista, como definem Crawshaw e Urry (1995), o turismo é a mercantilização das recordações do outro.

Prova do que estamos argumentando são as reações do público durante as vespertatas: todos se alegram, cantam em voz alta, erguem e balançam os braços. Uma das músicas preferidas é “Amigos para Sempre”, normalmente, cantada no final de uma apresentação. Em nossas pesquisas de campo, constatamos que os organizadores até tentaram trocar essa música por outra, mas não conseguiram devido aos recorrentes pedidos do público. Aliás, nas pesquisas de opinião realizadas pela organização, as avaliações do público sobre o repertório são, majoritariamente, positivas. É o caso de uma pesquisa realizada em 05 de Outubro de 2013, na qual foram entrevistadas 81 pessoas. Desse total, 79% dos espectadores avaliaram o repertório do evento como ótimo; 17% como bom; 3% como regular; e apenas 1% como ruim.

É importante destacar, também, que a produção das vespertatas pode ser entendida com base na ideia de “tradições inventadas” desenvolvida pelo historiador Eric Hobsbawm. No caso, a nossa hipótese é de que a vespertata não tenha sido criada apenas para reforçar a candidatura da cidade, ao lhe fornecer mais uma “chancela” histórica (ao lado, por exemplo, do calçamento pé de moleque de suas ruas, que, segundo sugerem algumas fotos tiradas na década de 1970, não são tão antigos como se diz), mas, também, para aumentar o fluxo turístico, em razão da sazonalidade da atividade. A esse propósito, conforme observa Hobsbawm (2013), atualmente, os

festivais se tornaram componentes fundamentais da indústria cultural¹¹, tanto é, assim, que, no mundo, desde a década de 1970, o número de eventos não para de crescer (a título de ilustração, na Grã-Bretanha, em 2003, havia 120 festivais de música por ano; em 2006, o número saltou para 221 apresentações) – todavia, para além das estatísticas, o curioso é que os festivais floresceram, particularmente, em cidades pequenas e de porte médio, porque, na visão do autor, requerem certo espírito comunal que somente em situações excepcionais existe nas grandes metrópoles.

No tocante às estatísticas econômicas das vespertas, são poucas as investigações que demonstram a relevância econômica do evento para Diamantina, tampouco há dados sistematizados sobre a geração de empregos diretos ou indiretos. O que se verifica são alguns números absolutos publicados em documentos institucionais e jornais, a exemplo do jornal “O tempo” cuja matéria intitulada “Licitação para o comércio da vesperta gera polêmica” aponta um rendimento mensal de R\$ 300.000 (SALES, 2011) – alguns trabalhos acadêmicos, também, discutiram a relevância econômica do evento. Em Silveira et. al (2012), estima-se que, por final de semana, o evento movimenta cerca de R\$ 200.000. Nesse valor estariam incluídos rendimentos oriundos de despesas com hospedagem, mesas e alimentação. O que gera um balanço positivo, haja vista que o custo médio de um evento é de 8 mil reais. A esse propósito, dados mais atuais indicam que o custo atual de uma vesperta é de R\$12.908,80, incluindo gastos com sonorização, palco, iluminação, locução, cachê das bandas do Batalhão e Mirim, contratação de seguranças, recepcionistas, apresentações musicais, limpeza, locação de mesas e sacadas, alvará de utilização do espaço público e repasse para o FUMTUR (Fundo Municipal de Turismo).¹²

É evidente que não podemos nos iludir com tais números; afinal, o que eles escondem é a forma como um legado histórico e coletivo, que, em princípio, é de todos, acaba sendo apropriado, privadamente, em benefício de alguns, a exemplo dos bares e restaurantes, e, sobretudo, dos donos de imóveis no centro histórico – basta verificar os altos preços de aluguel por um ponto na Rua da Quitanda¹³.

Além disso, há a questão da segregação sócio-espacial gerada pelo evento. Apesar

11 A chamada indústria cultural discutida por Theodor Adorno (2002) é um mecanismo da prática social que transforma a cultura numa mercadoria para a acumulação do capital. A própria cultura passa a ser apropriada pelo mercado, de modo que sua significação fica atrelada a uma administração industrializada. Como consequência disso, o homem fica impedido de se tornar um indivíduo consciente de sua realidade social.

12 Essas informações estão no edital nº 006/2014 – referente à contratação de empresa especializada em eventos para a produção executiva e comercialização da vesperta. Disponível em: <http://www.diamantina.mg.gov.br/portal1/municipio/licitacao.asp?idMun=10013124>. Acesso em: 25 jul. de 2014.

13 Em conversas informais, constatamos que o aluguel médio de um ponto comercial na rua da Quitanda (local onde ocorrem as vespertas) gira em torno de 3 mil reais.

de ser realizado num espaço público, existe um cordão que separa aqueles que podem ou não ter acesso às cadeiras e mesas instaladas no centro da rua, reforçando, desse modo, a lógica do “consumidor”, e não do “usador”. Note-se o caso dos jovens integrantes da Banda Mirim. Não são poucas as ocasiões em que seus familiares assistem ao evento do lado de fora da demarcação. Outro fato que nos chamou a atenção é o empenho dos organizadores do evento em transmitir para os turistas a imagem de que os integrantes da Banda Mirim são crianças e adolescentes carentes, com baixas condições sócio-econômicas, como forma de legitimar a criação da banda como “um grande projeto social”.

Sobre essa realidade iludida pela lógica mercantil do evento, lembremos da teoria do agir comunicativo desenvolvida por Jürgen Habermas. Apoiando-se nas discussões do filósofo alemão, Bustamante (2013) nos mostra como a utilização de um agir comunicativo e dialógico pode se constituir como uma forma para a resolução de conflitos, ao privilegiar um espaço de diálogo, em detrimento de um agir instrumental que, frequentemente, busca atender os interesses específicos de um grupo. Assim, a nosso ver, se as vespertatas levassem em consideração as aspirações da população local, identificadas com base no diálogo e na participação popular, os conflitos e tensões existentes no evento poderiam ser mais bem explicitados. Afinal, como atesta a máxima, no turismo, a cidade para ser boa ao turista deve ser boa primeiramente para o morador.

Enfim, ao contrário da ideia de descaracterização cultural ou hibridismo, todos esses argumentos parecem confirmar que as vespertatas são e se formaram enquanto um produto turístico, isto é, trata-se de um fenômeno histórica e socialmente datado e determinado. Em âmbito particular, o evento se liga, por exemplo, a um contexto de disputa da cidade de Diamantina pelo título de patrimônio da humanidade; e, estruturalmente, se insere num quadro de avanço do capitalismo sobre todos os domínios da vida, a começar pela própria cultura, transformada em uma nova mercadoria.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para alguns, uma tradição descaracterizada em razão da atividade turística; para outros, uma tradição musical transformada por novos elementos culturais situados em diferentes contextos históricos. Mas, a nosso ver, tais análises, por diferentes caminhos, acabam sustentando o discurso divulgado por hotéis, pousadas, agências, enfim, pelo mercado, o de que as vespertatas são um evento tradicional, um espetáculo nostálgico e aconchegante em uma cidade que respira música.

Tal desfecho analítico talvez se explique porque a essas análises falta uma noção: a de mercadoria e a compreensão dos seus sentidos contraditórios. Ora, no mesmo espaço em que se apresenta uma musicalidade emanada de janelas e sacadas dos seculares casarões da rua da Quitanda, se dispõem, também, duas bandas públicas que são apropriadas para fins lucrativos. Na mesma rua onde há ladeiras íngremes e tortuosas, existe um cordão que cria cada vez mais um sentimento de segregação. E o repertório musical, divulgado como clássico e popular, se mostra, contraditoriamente, elitizado, em alguns casos, e, sobretudo, pautado em parâmetros da indústria fonográfica mundial.

Para entender essas contradições sem cair nas armadilhas do fenomênico, é necessário analisar a forma como, atualmente, se efetua o processo de produção e reprodução da mercadoria. Desse modo, identificar as vespertatas enquanto um produto turístico, isto é, uma mercadoria produzida para o consumo por meio de referências sógnicas, é, sobretudo, discutir uma lógica que procura transformar todos os elementos da vida social em mercadoria, destituindo-os do contexto histórico e social em que foram produzidos, para convertê-los em formas puras, abstratas e comercializáveis. Trata-se, portanto, de aprender o singular em suas determinações globais, bem como, por meio da análise do singular, iluminar o entendimento do global.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, T. Indústria cultural e sociedade. Tradução Julia Elisabeth Levy. 6ª reimpressão. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

AMARAL, L. D. P. O Anjo da Meia-Noite e as Vespertatas em Diamantina: tensões na Produção de uma manifestação cultural. Revista Vozes do Vale da UFVJM, Diamantina, Publicações acadêmicas-MG-Brasil, n. 2, p.1-22, 2012. Disponível em: <<http://www.ufvjm.edu.br/site/revistamultidisciplinar>> Acesso em: 30 Nov. de 2013.

AUGÉ, M. Não Lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade. 9. ed. Campinas: Papirus, 2012.

BARBOSA, Y. M. O despertar do turismo: um olhar crítico sobre os não-lugares. São Paulo: Aleph, 2001.

BAUDRILLARD, J. Para uma crítica da economia política do signo. Tradução Aníbal Alves. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora, 1972.

- BUSTAMANTE, A. P. A aplicação do agir comunicativo de Habermas na mediação comunitária: o diálogo como instrumento transformador. In: Encontro Nacional do CONPENDI/UNICURITIBA: 25 anos da Constituição Cidadã: os atores sociais e a concretização sustentável dos objetivos da república, 22., 2013, Curitiba. Anais... Curitiba: FUNJAB/CONPEDI, 2013, p. 398 - 417.
- CANCLINI, N. G. Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.
- CRAWSHAW, C., URRY, J. Turismo e Consumo visual. Revista Crítica de Ciências Sociais: Turismo Cultura e Lazer, Lisboa, n. 43, p. 47 - 68, outubro de 1995.
- FERNANDES, A. C.; CONCEIÇÃO, W. La Mezza Notte: o lugar social do músico diamantinense e as origens da Vesperata. Diamantina: UFVJM, 2007.
- FORTUNA, C. Turismo, autenticidade e cultura urbana: percurso teórico, com parágrafos breves em Évora e Coimbra. Revista Crítica de Ciências Sociais - Turismo Cultura e Lazer, Lisboa, n. 43, p. 11 - 45, outubro 1995.
- GRUNEWALD, R. A. Turismo e etnicidade. Horizontes Antropológicos. Porto Alegre, ano 9, n. 20, p. 141 - 159.
- HOBBSAWM, E. Tempos fraturados. São Paulo: Companhia das Letras, 2013
- MACCANNELL, D. The tourist: a new theory of the leisure class. Berkeley: University of California Press, 1999.
- ORTIZ, R. Mundialização e Cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- SALES, G. Licitação para o comércio da vesperata gera polêmica. Jornal O Tempo. Minas Gerais, p. 25, 07 de abril de 2011.
- SANTOS, R; BARRETO, M. P. Aculturação, Impactos Culturais, Processos de Hibridação: uma revisão conceitual dos estudos antropológicos do turismo. Turismo em Análise. v. 17, n. 2, p. 244 - 261, novembro de 2006.
- SILVEIRA, C. E. et al. Visões Qualitativas dos Atores da Vesperata em Diamantina/MG e suas possibilidades diante da teoria do marketing de destinos. Anais Brasileiros de Estudos Turísticos, Juiz de Fora (MG), v. 2, n. 1, p. 14-27, 2012.
- STRATEGY CONSULTORES. Plano de Marketing Viva Diamantina. Belo Horizonte: Strategy Consultores, 2011.
- SOUZA, L. M. Opulência e miséria das Minas Gerais. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1997.
- URRY, J. O olhar do turista: lazer e viagem nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 2001.



Os espaços da hospitalidade e as representações da mineiridade nas repúblicas estudantis de Ouro Preto (MG)

The spaces of the hospitality and the representations of the mineiridade at the student republics of Ouro Preto (MG)

Giordana Priscila Costa Silva¹
Leandro Benedini Brusadin²

1 Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). E-mail: gioordana@gmail.com

2 Doutor em História pela Universidade Estadual Paulista (UNESP) de Franca. Pós-Doutorando na Escola de Artes, Ciências e Humanidades (EACH) da Universidade de São Paulo (USP). Professor Adjunto do Departamento de Turismo (DETUR) da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). E-mail: leandro@turismo.ufop.br

Resumo

O entendimento dos espaços de hospitalidade apreendidos como forma de acolhimento territorial e temporal na cidade, na casa ou nos meios de hospedagem pode auxiliar na compreensão das trocas sociais. Este estudo é resultado de uma pesquisa vinculada as práticas e as representações da mineiridade nas repúblicas estudantis da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Objetivou-se compreender as dimensões do acolhimento sob os âmbitos doméstico e comercial postulados entre o “anfitrião-morador” e o “turista-hóspede”. A pesquisa quali-quantitativa se deu por meio da aplicação de questionário estruturado, em amostragem aleatória e não probabilística, aos turistas que se hospedaram nessas repúblicas. Os resultados indicaram pontos dinâmicos dessa hospitalidade expostos em uma análise SWOT. Conclui-se que existe nesse espaço uma prática comercial hospitaleira, o qual se utiliza do aparato doméstico da tradição republicana da UFOP e da cultura mineira em uma troca social de dádiva.

Palavras-chave: Hospitalidade Doméstica. “Turista-hóspede”. “Anfitrião-morador”. Repúblicas estudantis. Ouro Preto (MG).

Abstract

Understanding the areas of hospitality seized as a form of spatial and temporal host in the city, in the house or in the lodging facilities can assist in understanding of social exchanges. This study is the result of a survey regarding the areas of hospitality and the representation of the mineiridade at the student republics of the Federal University of Ouro Preto (UFOP). This study aimed to understand the dimensions of the host in the domestic and commercial areas postulates between the “host-resident” and “tourist-guest”. The quantitative method was through the application of a structured questionnaire in a random sampling and non-probability, to tourists who stayed in these republics. The results indicated that dynamic points hospitality exposed in a SWOT analysis. It is concluded that there is this space a hospitable commercial practice, which uses the domestic apparatus of the republican tradition UFOP and mining culture in a social exchange donation.

Keywords: HDomestic Hospitality. “Visitors-hosts”. “Hosts-residents”. Student fraternities. Ouro Preto (MG).

1 Introdução

O Estado de Minas Gerais caracteriza-se por ser dinâmico em representações sociais e tradições de uso dos seus espaços quanto ao modo de viver e conviver de seu povo. A hospitalidade mineira faz-se presente no imaginário social relacionado ao caráter mineiro e seus costumes, que lhe é próprio, tal como representada em diversos roteiros turísticos. Nesse cenário, é possível encontrar a hospitalidade em diferentes âmbitos, principalmente o privado, representado pela hospitalidade doméstica, diante da qual analisamos aqui um caso específico: as repúblicas estudantis da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) a fim de se compreender sobre tais práticas e representações no contexto destas moradias. Entende-se que esse espaço tem como principal característica a intensificação das relações entre os indivíduos, seja sob a ótica do convívio entre veteranos e calouros, seja na disponibilidade da oferta de acolhimento e abrigo às pessoas que não são parte do cotidiano daquele ambiente como uma forma de “hospedagem” na cidade colonial e turística de Ouro Preto.

O entendimento dos espaços de hospitalidade, apreendidos como forma de acolhimento territorial na cidade, na casa ou nos meios de hospedagem, pode auxiliar na compreensão das trocas sociais humanas em usufruto do sistema do dom e da dádiva, concebido por Marcel Mauss (2008) em sociedade tidas como arcaicas, cujas trocas simbólicas valiam para o entendimento social, econômico e cultural.

Objetiva-se, nesse trabalho, entender a relação entre o “turista-hóspede” e o “anfitrião-morador” no espaço das repúblicas estudantis da UFOP, em Ouro Preto. Essa trama é repleta de características sócio-culturais que fazem parte do processo de troca, com base no acolhimento humano e no sistema do dom de Mauss (2008), em que a relação de dádiva é criada através da tríade “dar, receber e retribuir”.

O presente estudo também procura abordar questões pertinentes às trocas sociais nos espaços das hospitalidades doméstica e comercial, incluindo o aspecto da mineiridade, como forma de compreender o objeto de estudo e apresentá-lo como pertencente a esse contexto. Considera-se, por fim, entender e analisar a visão tanto dos visitantes, com relação ao tipo e à qualidade do acolhimento, bem como acerca da ocorrência do contato e do relacionamento direto com os anfitriões.

Assim, efetuou-se levantamento bibliográfico e sua posterior análise nas áreas de Hospitalidade, Sociologia, História, Geografia e Turismo em busca da compreensão teórica da lógica do acolhimento social no espaço e no tempo. Realizou-se, também, pesquisa quali-quantitativa com turistas que já se hospedaram, por algu-

ma vez, em repúblicas estudantis da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). A amostragem aleatória e não probabilística, diante de um universo indefinido, foi de 100 questionários, os quais foram aplicados em um intervalo de três meses, entre fevereiro e abril de 2014, utilizando-se a plataforma online Google Docs. Essa ferramenta de armazenamento de dados e a rede social Facebook foram utilizadas como meio de divulgação da pesquisa e contato com os pesquisados. A escolha dessas ferramentas deu-se por considerar esta uma forma consistente de comunicação com o grupo foco da pesquisa, posto a facilidade de acesso à internet que se tem na atualidade nesses grupos pesquisados.

Os resultados estão identificados e analisados nos gráficos e ainda representados didaticamente em um quadro de análise SWOT que serve para efeitos didáticos dos pontos controversos e, também, propositivos para desenvolvimento de tal lógica de hospitalidade. Dessa forma, as repúblicas de Ouro Preto serviram como objeto desse estudo objetivando o entendimento das relações de dívida entre os “turistas-hóspedes” e os “moradores-anfitriões”, termos cunhados pelos autores, em uma lógica espacial e temporal, permitindo, ainda, o entendimento social e cultural das práticas e representações da hospitalidade mineira nesse contexto.

1. A teoria e a prática da hospitalidade com base no acolhimento doméstico

O estudo da hospitalidade vem se aprofundando e expandindo a cada dia diante de várias perspectivas de análise acadêmica. Nos estudos brasileiros é analisada como um fenômeno baseado na troca, de duas formas, como comércio e como dívida. Segundo Walker (2002 apud Dalpiaz et al, 2013), a palavra hospitalidade tem origem no latim *hospitalitate*, que significa o ato de hospedar, a qualidade de quem é hospitaleiro, a prática de alojar alguém gratuitamente, acolher, caracterizando uma prática tão antiga quanto a civilização.

Historicamente, a hospitalidade pode ser vista como um modelo ancestral de troca, existindo desde o começo da civilização como uma prática de acolhimento, como um fato social caracterizado pela dívida. Resume-se, essencialmente, em dar abrigo e alimentação a indivíduos que se encontram fora do seu habitat natural, de seu lar, resultando em um relacionamento direto ou não, entre anfitrião e hóspede. Dessa forma, pode-se considerar que a hospitalidade seja um processo de inserção do indivíduo ao meio social, ou a outros grupos, de maneira que ele se sinta parte dali, caracterizando “uma qualidade social antes de ser uma qualidade individual: é um fenômeno que implica uma organização, um ordenamento de lugares coletivos e,

portanto, a observação das regras de uso desses lugares” (GRINOVER, 2006, p.31).

A hospitalidade tem como função principal permear as relações entre as pessoas e, conseqüentemente, a convivência entre as mesmas por meio de trocas culturais e sociais que fortalecem os núcleos de vivência, caracterizando assim um processo relativo a pessoas e espaços, “uma atividade que possibilita abrigo e acolhimento, além de possibilitar o compartilhamento de valores e conhecimentos entre hóspedes e anfitriões”. Deve-se assim pensar a hospitalidade como um fato social que “implica práticas de sociabilidade, parcerias e serviços que facilitam o acesso (...) e, também, proporciona relações que vão além da interação imediata” (MONTEIRO, 2006, p.2).

Dessa forma, as atividades relacionadas à prática da hospitalidade se fazem presentes em diversos grupo e âmbitos. Inicialmente, tem-se a hospitalidade doméstica, considerada a matriz, por estar relacionada ao âmbito privado, onde surgiram todas as práticas de recebimento, hospedagem, alimentação e entretenimento dos anfitriões para com os hóspedes, inseridos no ambiente familiar. Pode ser definida, também, como a essência do acolher, o aconchego na sua forma mais simples e cotidiana, onde o anfitrião permite que o visitante sinta como se estivesse na sua própria casa. Daí, as razões da escolha desse tipo para a temática do presente artigo.

Em outra dinâmica, tem-se a hospitalidade comercial, diretamente associada à atividade turística, por estar relacionada aos serviços ofertados de recepção, hospedagem, alimentação e entretenimento pelos meios de hospedagem privados, específicos e limitados, tendo como base a troca monetária. Bem como a hospitalidade doméstica, a comercial deve ser autêntica, de maneira que caracterize uma oferta sincera e não robotizada, podendo atrair e fidelizar maior número de clientes que utilizam de seus serviços, garantindo a qualidade dos mesmos e das relações entre consumidores e prestadores.

Em outra perspectiva espacial e didática para compreensão da análise, tem-se a hospitalidade pública, inerente aos espaços públicos e coletivos das cidades, aos aspectos infra-estruturais e visuais oferecidos e disponíveis aos cidadãos, ao direito de ir e vir dos mesmos, permitindo-lhes o acesso a esses espaços com conforto e segurança, bem como aos equipamentos e serviços presentes nestes. A hospitalidade urbana é responsável pela impressão que o visitante terá do local, assim como, todas as relações físicas e não físicas do habitante para com a cidade.

E por fim, a hospitalidade virtual, que se traduz na oferta e recebimento de informações através de vários tipos de mídia, estando interligada a todos os outros tipos de hospitalidade. Assim, a hospitalidade virtual se concretiza a partir do momento

em que o visitante se identifica com o ambiente acessado, consegue as informações desejadas, atingindo o objetivo esperado.

A hospitalidade, como um todo, está relacionada ao processo de sociabilidade entre os indivíduos e à integração dos espaços, e deve ser pensada como uma relação social, onde o encontro de pessoas ou grupos com vivências culturais diferentes determinam o ambiente hospitaleiro (NEVES e ALEXANDRE, 2006). Além disso, associa-se sempre a hospitalidade ao meio turístico e seus serviços ofertados, refletindo na qualidade destes, ao conforto e satisfação total do turista. E nesse sentido, pode-se pensar que “(...) tanto para o turismo quanto para a hospitalidade, o foco restrito no viajante ou no anfitrião é menos benéfico do que o foco na interseção e no relacionamento entre ambos” (BEZERRA, 2007, p.340), o que nos leva a considerar o turismo como um fenômeno social antes de ser um negócio, tal fato que o vincula às teorias sociológicas utilizadas nessa pesquisa.

Entretanto, independente das interpretações dos autores sobre o ideal da hospitalidade, entende-se que em seus tipos o que importa é a relação de troca baseada na mutualidade. Fato é, que tais concepções se originam no ambiente do lar, denominado como hospitalidade doméstica ou privada, merecendo este destaque.

A hospitalidade doméstica, como já mencionada, pode ser considerada como essencial para o entendimento de todas as outras dimensões hospitaleiras, pois representa a forma mais tradicional dessa prática. De acordo com Lashley (2004, p.17 apud Frederico, Raposo e Oliveira, 2006, p.2), “a hospitalidade começa no contexto doméstico com as relações familiares”, estando presente, o “conjunto” dar, receber e retribuir, que contribui diretamente para o desenvolvimento dos laços de vivência social presentes no cotidiano.

Assim, é representada em um contexto puramente social, onde os comportamentos estão diretamente ligados à vida privada, a grupos pré-estabelecidos que se expandem através das oportunidades de vivenciar novas experiências e conhecer novas culturas, caracterizando um processo que ocorre de forma muito mais intensa do que nos outros âmbitos da hospitalidade, pois nessa não há um padrão de acolhimento, levando, muitas vezes, os anfitriões a mudarem suas rotinas e acolherem seus hóspedes de forma que estes possam se sentir “em casa” e sejam instigados a retribuir.

A hospitalidade privada nada mais é do que a prática da reciprocidade, a qual inclui a dádiva e o sacrifício pelo outro, bem como expectativas alimentadas pelo imaginário que envolve o ato de (bem) receber e acolher. E apesar de acontecer, geralmente, de forma natural, a hospitalidade doméstica envolve muitas posturas

e atitudes, tanto do anfitrião quanto do visitante, que influenciam diretamente no processo. O anfitrião deve respeitar a cultura e o modo de vida do visitante e o hóspede deve tomar cuidado para não invadir o espaço de seus anfitriões.

Vale reafirmar que os relacionamentos que permeiam o processo da hospitalidade dependem intimamente de princípios que direcionam as condutas dos indivíduos envolvidos, o que varia de comunidade para comunidade e faz parte da história das famílias. Portanto, o processo faz-se coletivo, mas de responsabilidade individual em relação a manter as tradições e repassá-las da forma mais hospitaleira possível, tal fato experimentado no espaço doméstico das repúblicas estudantis de Ouro Preto (MG).

2. Hospitalidade doméstica e mineiridade nas repúblicas estudantis da Universidade Federal de Ouro Preto

A sociedade brasileira tem seu cotidiano marcado por uma herança cultural recheada de particularidades, manifestações e comportamentos que representam o famoso “jeitinho brasileiro” de viver, de levar a vida e de conviver com o outro, onde se insere a questão da cordialidade. E nesse contexto, podemos destacar o estado de Minas Gerais, onde seu povo é conhecido por ser acolhedor, simpático e atencioso, em grande parte pronto para receber o outro e lhe oferecer o que há de melhor da cultura mineira, mas que, como qualquer cultura ou grupo social, não deixa de apresentar problemas em sua hospitalidade na práxis cotidiana do acolher.

Desse modo, o brasileiro é tradicionalmente conhecido como um povo hospitaleiro, fruto do seu próprio imaginário social e dos estrangeiros que nos visitam. Pertencente a uma cultura diversificada, tal aspecto simbólico é conhecido internacionalmente e sua história traduz as características que os representam, pois “a tradição de cada povo é fruto de uma dada cultura social permeada pelo tempo em um determinado espaço” (AMARAL, 2014, p.29).

A mineiridade foi sendo construída através dos tempos, a partir de uma visão registrada em relatos de viajantes estrangeiros que, no início do século XIX (DIAS, 1985), vieram explorar e descobrir o que o território mineiro tinha a lhes oferecer. Portanto, pode-se dizer que, desde então, a identidade mineira foi essencialmente baseada no imaginário social, “uma construção mental de algo idealizado, conjuntura aspirada e desejada, porém sem comprovação prática” (MAGALHÃES, 2009, p.7).

É válido considerar que os principais traços da cultura mineira se formaram no período da mineração, marco importante no processo de criação dos seus arraiais e vilas, a organização do seu espaço e conseqüentemente sua urbanização. A influência

dos portugueses também é indispensável de ser citada, principalmente no que diz respeito à constituição dos costumes domésticos, repletos de tradições familiares e religiosas.

Assim, os diversos aspectos socioculturais, as características da vida cotidiana de Minas Gerais e criação de um imaginário sobre a essência do caráter mineiro, de ser um povo desconfiado e afável (DIAS, 1985), foram dando forma às representações que se disseminariam com o passar dos anos, tornando indissociáveis os adjetivos e os indivíduos. Portanto, a mineiridade tornou-se símbolo dessa hospitalidade, no momento em que as práticas relacionadas a tal fortalecem os laços sociais, criam e mantém vínculos entre os seres humanos, estabelecendo, assim, um padrão cultural característico da comunidade mineira para com as pessoas que visitam seu estado, em um regime de trocas.

Nesse contexto, são múltiplos os exemplos que se pode dar em relação à prática hospitaleira de Minas Gerais, e dentre todos, escolheu-se o caso das repúblicas estudantis da Universidade Federal de Ouro Preto para ser objeto de estudo, diante da análise da receptividade e do acolhimento humano, baseados na voluntariedade e compartilhamento social e cultural.

Foi no Brasil do começo do século XX que começaram se efetivar as primeiras universidades. Entretanto, em algumas partes do país já se notava a existência de instituições isoladas de ensino superior, como as Escolas de Minas e de Farmácia, que foram criadas ainda no século XIX, na cidade de Ouro Preto, em Minas Gerais. Em 1839 foi criada a Escola de Farmácia, que só seria inaugurada no ano seguinte (GODOY, 2010), sendo a primeira do gênero nas Américas e o primeiro curso superior da província. Logo, em 1876, houve a aprovação da lei na Assembleia Legislativa da Província de Minas Gerais que resultaria na fundação da Escola de Minas. Assim, foi inaugurada no dia 12 de outubro desse mesmo ano, pelo químico e mineralogista francês, Claude Henri Gorceix, com apoio do imperador, Dom Pedro II, e logo se tornou uma das principais instituições de ensino do país na época, juntamente com a Escola do Caraça.

Décadas depois, acreditava-se na necessidade da criação de uma universidade, de maneira que, em 21 de agosto de 1969 houve a implementação da Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP, por meio de Decreto-Lei assinado pelo Presidente Costa e Silva, incorporando as Escolas de Minas e Farmácia.

Dessa forma, pode-se considerar que a vida estudantil de Ouro Preto tenha surgido com a fundação da Escola de Farmácia, mas a origem das repúblicas veio provavelmente com a consolidação da Escola de Minas. Até o começo do século XX, a

maioria dos estudantes alugava quartos em casa de família ou morava em pensões, mas o grande número de casas vazias e o baixo aluguel cobrado na cidade, devido à situação de esvaziamento decorrente da mudança da capital de Minas Gerais para Belo Horizonte, foi um dos principais motivos que incentivaram a criação do tipo de moradia estudantil que se tornariam as repúblicas.

Não se sabe da existência de registros oficiais acerca da criação das repúblicas em Ouro Preto, até mesmo devido ao estudo ainda pouco explorado do tema, mas acredita-se que o sistema foi diretamente influenciado pelas repúblicas de Coimbra, pelo fato de Portugal ser destino de vários estudantes brasileiros no século de XIX, devido o ensino superior aqui ainda estar se fortalecendo nessa época.

Essa forma peculiar e singular de moradia universitária, há décadas, representa muito mais do que uma simples forma de moradia, guarda consigo muitas características e tradições, e se tornou parte da história e da vida cotidiana da cidade.

Em Ouro Preto, não são somente casas onde os estudantes dividem o ambiente e as contas, representam mais no imaginário social, pois traduzem ambientes de afetividade e total convivência entre os jovens. Pode-se dizer que são uma “extensão da universidade, [e] possibilitam o alargamento das experiências proporcionadas ao longo do período de formação” (FREITAS, 2013, p.11). Diversas casas ou casarões, localizados em diferentes bairros da cidade, acabaram por servir de abrigo para as repúblicas, onde moram vários estudantes que dividem as despesas em geral e aluguel (no caso das repúblicas particulares). Geralmente, moram apenas mulheres ou apenas homens, mas existem também repúblicas mistas, onde “a autonomia, a cooperação, a solidariedade e o apoio mútuo são formas de interação com as práticas tradicionais” (MALTA, 2010, p.59).

Todas elas possuem um nome desde sua fundação, dos mais variados e criativos. Esses nomes ficam expostos em suas fachadas no formato de placas, também criativas, e essa identificação acaba servindo também de ponto de referência para todos que moram na cidade.

A grande maioria das repúblicas possui uma hierarquia de funcionamento interno, a qual busca auxiliar na organização e na divisão de responsabilidades da casa, levando-se em consideração também suas representações sociais simbólicas. Em geral, as tarefas e necessidades do dia-a-dia de uma república são divididas entre todos os moradores, para que todos aprendam a lidar com a independência, com a rotina de uma casa que agora é sua e não mais dos seus pais.

Diante disso, para que o bixo (calouro) se torne oficialmente membro da repú-

blica, é preciso que ele passe por um período de adaptação, chamado de batalha, quando ele detém a responsabilidade por algumas tarefas que o permitirão ser aceito ou não pelos demais moradores. “As tradições orientam a continuidade de práticas cotidianas e modos de habitar a casa” (MALTA, 2010, p. 58), e é importante que o bixo tenha interesse em perpetuar o ideal daquele grupo e dar continuidade àquela república, respeitando sua história e das pessoas que moraram ali.

A semelhança entre os estilos de vida e ideais são fundamentais para que os calouros permaneçam, e é isso que faz das repúblicas mais do que uma casa na qual se mora com outras pessoas desconhecidas, criando-se verdadeiras “irmandades”, onde se ganha amigos, irmãos, uma nova família, havendo cooperação, respeito e cumplicidade nas relações.

Como parte da tradição, o ciclo do estudante na república se “fecha” quando este se forma e inaugura o quadrinho, ou seja, na comemoração de sua formatura, os demais moradores e amigos realizam uma homenagem ao formando, contando suas histórias do tempo de graduação, apresentando-o agora como um ex-aluno e mostrando a todos os presentes a foto que ficará emoldurada em um pequeno quadro na parede da república, juntamente com as dos outros ex-moradores.

Além disso, é válido destacarmos as tradições festivas das repúblicas, onde festa é denominada rock, termo este que traduz todo tipo de festa, qualquer dia da semana, pago ou gratuito, motivo de comemoração ou não. Não está necessariamente relacionado com o gênero musical. O termo rock não define “propriamente um show, mas são as festas nas ruas e as boates nas repúblicas; são os eventos, os encontros e as baladas; (...); etc” (MALTA, 2009, p.6). Pode ser reunião da turma da faculdade, das repúblicas, comemoração de um momento importante, desde que tenha bebida alcoólica, principalmente, cerveja e cachaça, e bastante.

É importante dizer que a liberdade individual de cada membro, para os republicanos, é respeitada e articulada ao ambiente coletivo, de forma que a convivência entre todos se torne ponto-chave para as boas relações, aceitação de diferenças e quebra de preconceitos. “Cada jovem traz uma bagagem de experiências vividas e influências de circunstâncias históricas e sociais específicas. No ambiente da república a trajetória de vida de cada um entra em contato com a trajetória dos outros” (FREITAS, 2013, p.6). Contudo, é essencial que haja sempre momentos de confraternização do grupo, como parte do cotidiano da casa, prezando-se a coletividade acima de tudo. Tais lógicas se referem consideravelmente ao que denominamos como regime de troca postulado no ambiente da hospitalidade doméstica.

Nas últimas décadas, o número de repúblicas cresceu significativamente na cida-

de, devido ao aumento do número de cursos e vagas oferecidos pela universidade com o REUNI (Reforma Universitária de expansão do ensino superior iniciada no Governo Lula). Hoje, existem 58 repúblicas federais, ou seja, repúblicas nas quais o imóvel é de propriedade da UFOP, e cerca de 300 repúblicas particulares em imóveis espalhados por toda cidade de Ouro Preto.

Como parte do cotidiano, “o estabelecimento dos laços de amizade, de afetividade dentro das repúblicas merece destaque” (FREITAS, 2013, p.11), de forma que tal característica dissemina-se para com indivíduos que não fazem parte da classe republicana, sejam amigos, familiares ou desconhecidos.

Além disso, torna-se importante mencionar ao analisar as repúblicas estudantis de Ouro Preto sob o prisma da hospitalidade, pois é bastante comum que os republicanos recebam pessoas de fora em suas casas em dias comuns, fora das datas especiais e comemorativas. Muitos amigos e parentes de moradores ficam “hospedados” nas repúblicas quando vem visitá-los ou conhecer a cidade, e estes fazem o possível para que todos se sintam à vontade e tenham liberdade de circular por todo ambiente. Isso traduz uma prática de hospitalidade doméstica, pois há uma receptividade voluntária, um acolhimento simples e natural, permeado por laços afetivos e sociais, onde os republicanos fazem o papel de anfitriões.

Também se pode observar que várias repúblicas abrem as portas de suas casas para “turistas”, ou seja, pessoas desconhecidas vindas de outras cidades, estados ou países. Aqui, já existe uma troca monetária direta, sendo que as repúblicas oferecem a “hospedagem”, permitindo que as pessoas durmam e tomem banho e, às vezes, façam uso de outras partes da casa, a um valor bastante acessível e, muitas vezes, simbólico, se considerarmos as tarifas da hospitalidade comercial propriamente dita de Ouro Preto. O dinheiro recebido é sempre utilizado para quitar gastos da república ou para compra de algo necessário para a casa.

O fato de envolver dinheiro pode gerar dúvidas com relação a ser ainda uma representação de prática de hospitalidade doméstica ou não, podendo então ser uma prática de hospitalidade comercial. Mas, diante dos significados, pode-se considerar que, mesmo envolvendo pagamento monetário, há uma relação direta entre visitante e anfitrião, de forma que aquele fica em segundo plano e não é determinante na hospedagem, além de que as trocas culturais acabam ocorrendo em detrimento das trocas monetárias, buscando de forma autêntica um regime de troca no ambiente doméstico, permitindo, assim, que o “turista-hóspede” seja inserido no cotidiano da república, compreenda as regras e os limites, e muitas vezes, construa laços de amizade com os moradores.

Contudo, para se compreender melhor esse cotidiano e quais são os pontos positivos e negativos, realizou-se uma pesquisa quali-quantitativa, envolvendo a percepção tanto dos “turistas-hóspedes”, buscando traçar, de forma geral, o perfil desses visitantes e caracterizar essa prática singular de hospitalidade nesse espaço inserido em um grupo social específico, no que tange a teoria da hospitalidade e aos aspectos da mineiridade, sendo ambos entrelaçados de forma dinâmica nesse objeto de estudo.

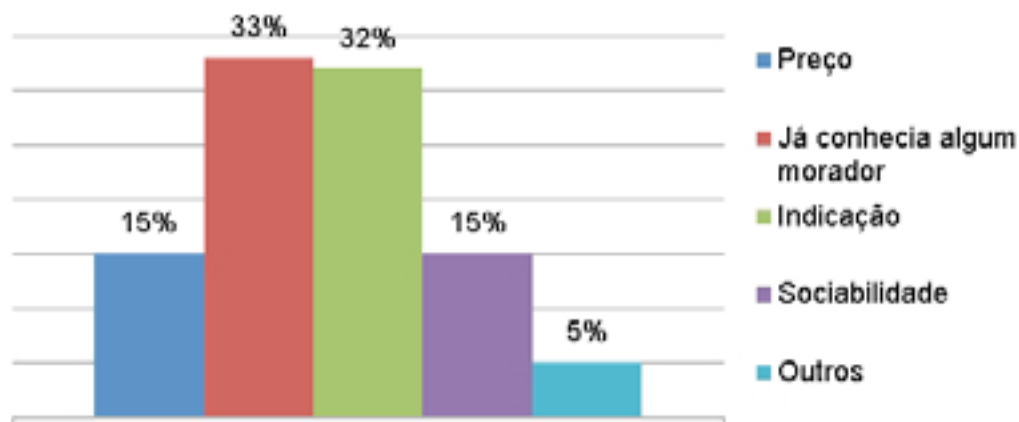
3. Análise Social da Hospitalidade nas Repúblicas Estudantis da UFOP

Um número significativo de repúblicas estudantis da UFOP tem o costume de receber visitantes para pernoitar em suas casas, vindos de diversas partes do Brasil e do mundo, de forma gratuita ou não, como mencionado anteriormente. Tal acolhimento ocorre de forma bastante simplificada, resumindo-se, grosso modo, à cama e banho. Geralmente, os hóspedes são inseridos na rotina da república e apresentados ao funcionamento da mesma e às suas regras e tradições.

Contudo, diante dos dados que foram obtidos, foi possível analisar diversas características dos visitantes que optam por se “hospedarem” nas repúblicas estudantis quando vêm à cidade de Ouro Preto e traçar um perfil genérico deste tipo de “turista-hóspede”, dos quais serão relatados os principais pontos diretamente relacionados à dinâmica da hospitalidade em si.

A pesquisa aplicada pelos autores, sob o método quali-quantitativo aleatório e não probabilístico, em formulário online estruturado no Google Docs, demonstra que a maioria dos “turistas-hóspedes” optaram por uma estadia em república (Gráfico 1) pelo fato de já conhecerem algum morador, possuindo laços de amizade ou familiar, por exemplo, e por indicação de pessoas que têm conhecimento das repúblicas ou que já haviam se “hospedado”. Em menor número, têm-se as pessoas que afirmaram terem sido motivadas se “hospedarem” pela sociabilidade do ambiente republicano, visto que o caráter coletivo dá oportunidade para esta, e pelo custo, que pode ser considerado simbólico se comparado às tarifas da hospitalidade comercial de Ouro Preto. Já uma minoria, representa os que vieram às repúblicas por outros fatores, como, por exemplo, a ocorrência de algum evento acadêmico.

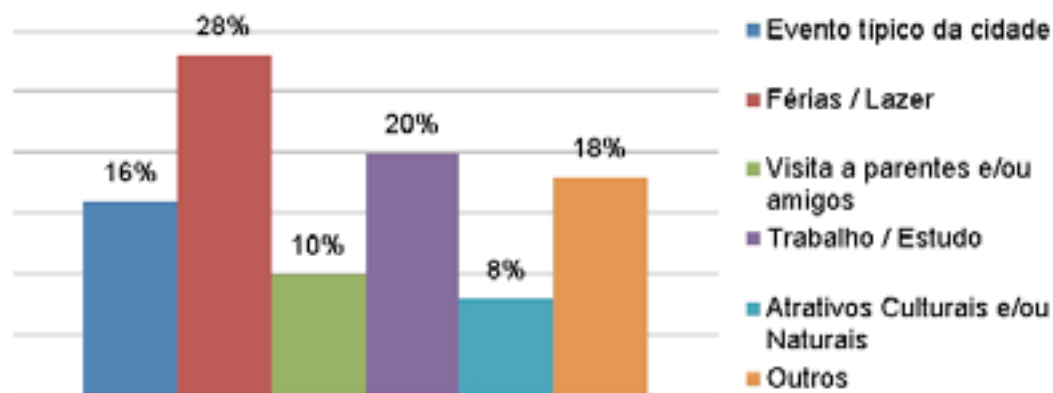
Gráfico 1 – Motivos que levaram os entrevistados a se hospedarem em uma república



Fonte: Pesquisa dos autores.

Logo, nota-se que a maioria dos “turistas-hóspedes” justificaram suas vindas a Ouro Preto por motivos como férias ou lazer (Gráfico 2), bem como por compromissos de trabalho ou estudo, entre outros, como festas de formatura de conhecidos ou concursos, por exemplo. Observa-se, também, que um número pequeno, mas significativo de pessoas, vem atraído pelos eventos típicos da cidade. Os que vêm apenas com o intuito de visitar amigos e parentes, juntamente com os que vêm pelos atrativos culturais e naturais da cidade representam a minoria.

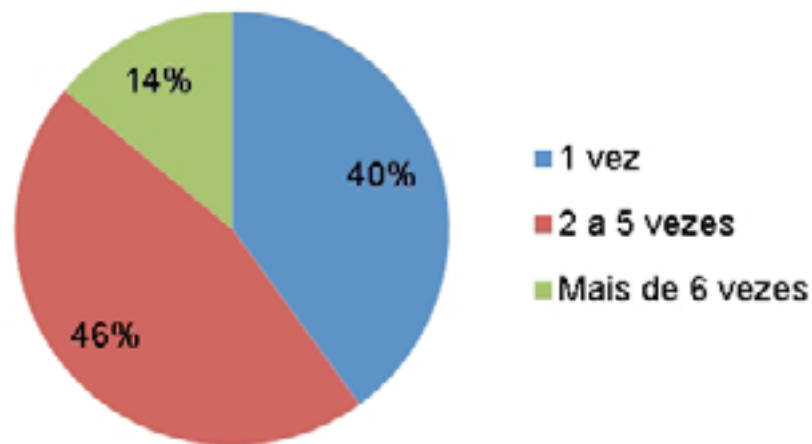
Gráfico 2 – Motivos que trouxeram os entrevistados à Ouro Preto



Fonte: Pesquisa dos autores.

Outro dado pesquisado de bastante relevância foi com relação à quantidade de vezes que os pesquisados já se “hospedaram” em alguma república (Gráfico 3), quando a maioria disse ter se hospedado de 2 a 5 vezes, o que nos leva a crer que um grande número de visitantes tenha sido bem recebido e que a estadia como um todo tenha sido satisfatória para ambos. Ao contrário, outra parcela bem significativa afirmou ter ficado apenas 1 vez em alguma república. Já a minoria relatou ter se “hospedado” mais de 6 vezes, o que, analisando-se de forma geral os números, temos a grande maioria como prova da hospitalidade das repúblicas estudantis ouropretanas.

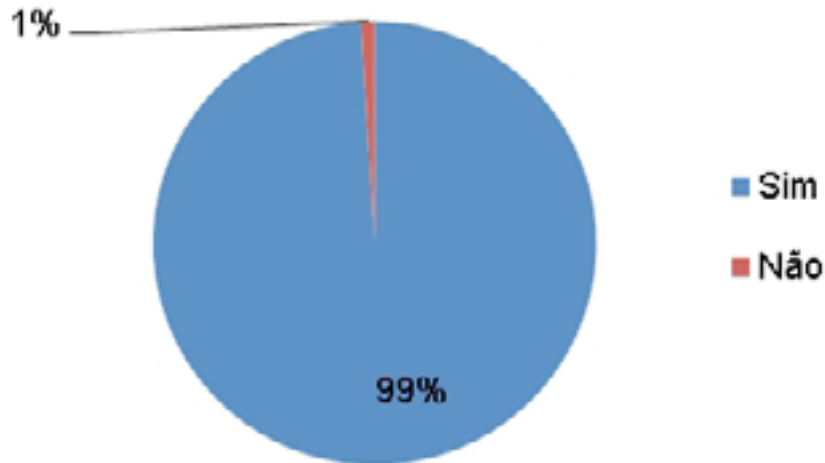
Gráfico 3 – Número de vezes que os entrevistados já se hospedaram em república(s)



Fonte: Pesquisa dos autores.

Quando indagados sobre a pretensão de se “hospedarem” novamente em uma república (Gráfico 4), obteve-se 99% de respostas positivas dos entrevistados, quase a totalidade. Isso traduz a satisfação dos visitantes com relação às estadias e às práticas de hospitalidade estabelecida nas moradias estudantis.

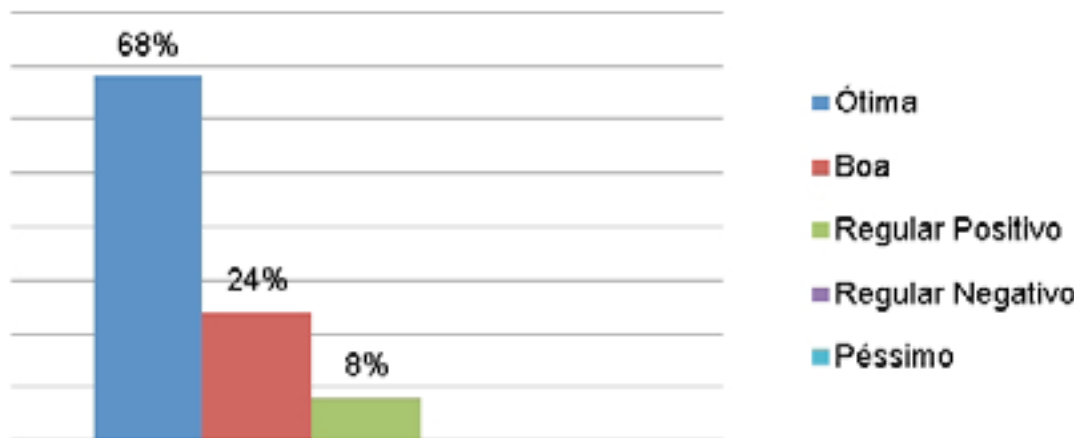
Gráfico 4 – Pretensão dos entrevistados de se hospedarem novamente em uma república



Fonte: Pesquisa dos autores.

Já com relação à infraestrutura oferecida pelas repúblicas estudantis e o funcionamento das mesmas para com os visitantes (Gráfico 5), a avaliação foi, em grande maioria, dita como ótima pelos entrevistados. Os que avaliaram como boa vem em seguida, e regular positivo aparece como ponto de vista da minoria. Pode-se perceber ainda nesse mesmo gráfico que não houve nenhuma avaliação negativa, de forma que se pode supor que seja satisfatória, mesmo que em graus diferenciados, a totalidade dos indivíduos que se “hospedam”.

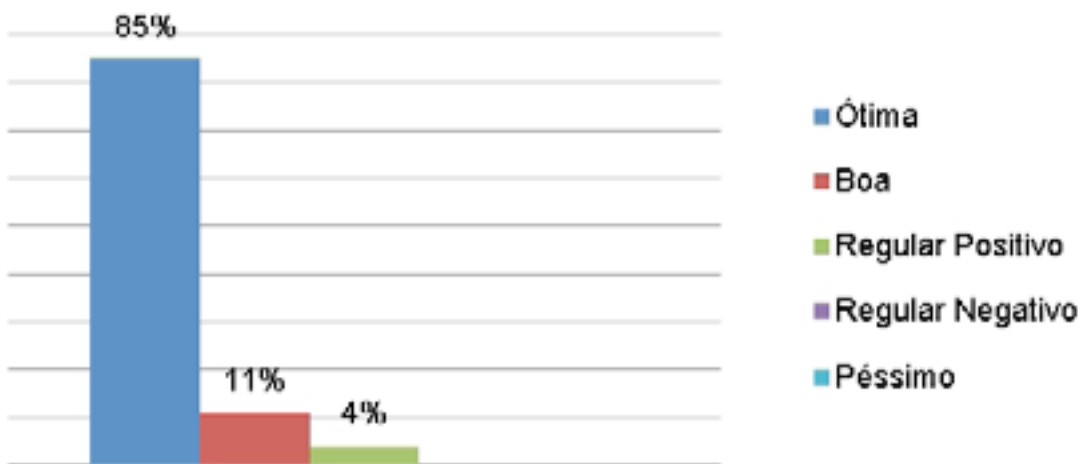
Gráfico 5 – Avaliação dos “turistas-hóspedes” para a infraestrutura



Fonte: Pesquisa dos autores.

Quando se questionou a avaliação dos visitantes diante da hospitalidade propriamente dita por parte dos “anfitriões-moradores” (Gráfico 6), pôde-se notar que a avaliação também foi, em grande parte, positiva. Majoritariamente, têm-se a avaliação dos entrevistados como ótima, diante de uma minoria que avaliou essa receptividade como boa ou regular positiva. Da mesma forma, observa-se que não houve nenhuma opinião negativa com relação à acolhida dos moradores das repúblicas. Podemos presumir, então, que o ambiente doméstico tido como jovem, alegre e dinâmico destas atrai e agrada a maioria das pessoas que o frequentam, enquanto prática comercial, facilitando as trocas sociais e culturais provenientes da convivência entre pessoas advindas de locais e grupos sociais diversificados.

Gráfico 6 – Avaliação dos entrevistados com relação à receptividade dos republicanos



Fonte: Pesquisa dos autores.

Por fim, através de toda a pesquisa quantitativa, pôde-se perceber que o tipo de visitante que opta pela “hospedagem” nas repúblicas estudantis da UFOP caracteriza-se tanto de mulheres quanto de homens, sendo, majoritariamente, jovens, pertencentes à faixa etária entre 21 e 30 anos, que cursam o ensino superior ou já concluíram a graduação e exercem suas profissões, advindos de cidades do interior do estado de Minas Gerais. Os mesmos obtiveram informações sobre tal “hospedagem” através de conhecidos, pois já conheciam algum morador. No geral, vieram a Ouro Preto acompanhados de amigos, em período de férias ou para lazer, e permaneceram nas repúblicas por 3 a 5 dias. Repúblicas estas, na maior parte, masculinas, particulares e localizadas no centro histórico.

Ainda na pesquisa realizada com os “turistas-hóspedes”, exigiu-se destes que definissem pontos positivos e negativos observados durante suas “hospedagens”, bem como o que consideram o diferencial das repúblicas em comparação com os meios de hospedagem comerciais de Ouro Preto. Diante de todas as respostas descritivas, considerou-se reuni-las sumariamente em uma análise SWOT, que nos permite auxiliar, de maneira mais didática, a compreender a representatividade dessas moradias estudantis no âmbito da hospitalidade e da oferta de estadia na cidade. Este tipo de análise contribui para que sejam observados os “pontos fortes que ainda não foram utilizados” e “alguns pontos fracos que podem ser corrigidos”, como afirma Valim (et al, 2010, p.3).

Assim, com o modelo SWOT (Tabela 1) foi possível sintetizar informações, para efeito didático e propósito como fruto dessa pesquisa, diversificadas sobre a qualidade e satisfação diante da oferta das repúblicas sob vários olhares e perspectivas, objetivando detectar tanto os aspectos que fortalecem e justificam a grande procura pela “hospedagem” nestas repúblicas, quanto os aspectos que podem se tornar responsáveis pela criação de uma imagem negativa das mesmas no âmbito dos meios de hospedagem e, para estes visar melhorias onde for necessário.

Ainda de acordo com os pontos analisados, pode-se notar que a avaliação das repúblicas feita pelos “turistas-hóspedes” apresentou mais características positivas do que negativas com relação a vários quesitos. Assim, foram destacados como pontos fortes das repúblicas, principalmente, a receptividade dos republicanos, representando um grupo hospitaleiro, que preza pelo bom acolhimento com os estrangeiros, diante de um valor bastante acessível, bem como pela sociabilidade, solidariedade e boa convivência, criando um ambiente marcado pela coletividade e confiabilidade mútua, sem se esquecer do respeito, da segurança e da organização, que traz sempre benefícios para ambos os lados da relação hospitaleira que envolve a “hospedagem” nas repúblicas. Dessa forma, os pesquisados também relataram ser positivo o fato desta “hospedagem” caracterizar uma experiência única de conviver no ambiente das moradias estudantis ouropretanas.

Tabela 1 – Análise SWOT da hospitalidade nas Repúblicas Estudantis da UFOP.

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ul style="list-style-type: none"> - Receptividade. - Sociabilidade. - Experiência única de conhecer as tradições únicas das repúblicas de Ouro Preto. - Preço acessível. - Organização. - Coletividade. - Confiabilidade mútua. - Segurança. - Respeito com os hóspedes. - Boas estruturas para hospedagem. - Simplicidade. - Solidariedade. - Regras menos impositivas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de privacidade. - Falta de conforto. - Quantidade de pessoas. - Infraestrutura limitada. - Desorganização. - Participação direta no sistema republicano (trotes). - Falta de limpeza. - Falta de profissionalismo para hospedar. - Barulho. - Hierarquizar o convívio.
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> - Trocas culturais. - Maiores opções de lazer e diversão. - Proporciona maior desejo de retornar a Ouro Preto. - O envolvimento com as pessoas é potencializado. - Ambiente familiar. - Tratamento pessoal. - Inserção do visitante na rotina da casa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sensação de invasão à rotina dos moradores. - Incompreensão do sistema republicano. - As relações veterano/calouro são demasiadamente impositivas desses e danosas para estes. - Expor uma pessoa a situações embaraçosas. - Se apropriar dos esforços de outrem em busca de vantagens e conforto para si mesmo.

Fonte: Pesquisa dos autores.

Em contrapartida, os visitantes também caracterizaram pontos que consideram fracos diante do que puderam observar do funcionamento das repúblicas, como a falta de privacidade, conforto, limpeza e organização, diante do número de pessoas que costumam “hospedar”, a oferta de uma infraestrutura limitada e de um serviço pouco profissional, além da participação involuntária com relação às regras das repúblicas, a hierarquização do convívio e a prática dos trotes, considerada por muitos, prejudicial e negativa.

Consequentemente, foi possível detalhar também tanto oportunidades quanto ameaças em comparação com os meios que oferecem hospitalidade comercial na cidade. Como oportunidades, consideraram-se, principalmente, as repúblicas como ambientes mais propícios a trocas culturais do os outros meios de hospedagem, pois nestas o convívio entre as pessoas é potencializado e percebe-se muito mais um ambiente familiar diante do tratamento pessoal que se dá a todos os seus “hóspedes”. Logo, preza-se pela inserção do visitante na rotina da casa, de forma que este possa tirar mais proveito da estadia, o que, na maioria das vezes, resulta em um maior desejo de retornar a Ouro Preto e às repúblicas.

De modo contrário foram relatados alguns pontos que caracterizam ameaças à oferta das repúblicas em comparação com a oferta da hospitalidade comercial ouropretana, como o sentimento de invasão de privacidade por parte dos “turistas-hóspedes”, bem como a consideração das relações calouro/veterano como impositivas e danosas, o que nos traduz, no geral, a incompreensão do sistema republicano por parte de alguns visitantes, que estão ali temporariamente como meros espectadores, e não se identificam com as regras que são impostas em tal sistema. Esses pontos de vista podem ser significativamente negativos para as repúblicas, de forma a distorcer a imagem destas como um potencial de oferta de hospedagem na cidade de Ouro Preto.

No entanto, salientamos que este último não consiste em ponto de análise do presente trabalho, pelo fato de estar relacionado também com fatores judiciais de uso público e privado dessas repúblicas, os quais não foram considerados para esse trabalho. Justifica-se isso pelo fato do foco central dessa pesquisa ser a hospitalidade e não essencialmente o uso legal do espaço pesquisado, sendo este considerado apenas como um objeto para uma análise macro a qual vincula a teoria da hospitalidade em seu caráter doméstico e comercial.

Contudo, de forma geral, pode-se considerar que as repúblicas representam uma forma de “hospedagem” dinâmica, porém, satisfatória para a grande maioria que desfruta desta, o que pôde ser observado através da grande maioria de avaliações e opiniões positivas a respeito do funcionamento dessas e da estadia em si.

Considerações Finais

A presença das práticas de hospitalidade pode ser notada em toda e qualquer sociedade, desde os primórdios da civilização, caracterizando o ato de acolher o outro, um fato social marcado pela dádiva e pela troca, pelo processo de inserção do indivíduo ao meio social para que se sinta parte deste.

No caso desse estudo, propriamente dito, o casamento entre a base teórica e a pesquisa de campo envolvendo “turistas-hóspedes” das repúblicas estudantis da UFOP nos permitiu pontuar e analisar considerações feitas por estes e traçar um perfil genérico do visitante que opta pela estadia nas repúblicas, de forma que pôde-se tirar algumas conclusões acerca da representatividade das práticas de hospitalidade sob o âmbito dessas moradias estudantis, que se faz presente em vários momentos do cotidiano dos jovens que a vivenciam, tanto na preocupação em manter as tradições, dando continuidade às repúblicas, prezando por um bom relacionamento entre os membros, sendo estes atuais ou ex-moradores, esforçando-se para que estes continuem se sentindo “em casa” mesmo após de formarem, quanto

no desejo de tornarem a “hospedagem” de estrangeiros mais que um simples dar abrigo, permitindo que ocorram trocas culturais e de experiências, que podem ser responsáveis pelo engrandecimento de ambos os atores, além de instigar a compreensão e o respeito pelas diferenças.

Portanto, a realização da pesquisa quali-quantitativa foi essencial para que se pudesse analisar parte da realidade prática da hospitalidade no contexto das repúblicas e sua oferta de “hospedagem”, análise esta objetivo desse estudo, e, diante dos resultados obtidos. Pode-se considerar, ainda, que a hospitalidade caracteriza fatores de distinção para os “turistas-hóspedes” que se “hospedam” nas repúblicas estudantis, enquanto diferencial da oferta da hospitalidade comercial em Ouro Preto pelo modo de acolhimento dos “anfitriões-moradores”.

Observou-se, portanto, uma avaliação majoritariamente positiva com relação à receptividade dessas, em uma associação entre o bom acolhimento, a existência de um ambiente familiar, onde coexistem liberdade e respeito, levando-se em consideração a relação direta entre a hospitalidade e as tradições de cada grupo social, onde toda e qualquer cultura apresenta problemas no âmbito das relações humanas e suas trocas. Tais relações parecem estar em sintonia com o caráter da mineiridade, representados nesse espaço por meio da prática da proximidade humana, fator este, considerado com o princípio de troca simbólica para um espaço hospitaleiro e do sistema do dom.

Referências Bibliográficas

AMARAL, Aline Tomaz. A prática da hospitalidade comercial e a representação da mineiridade em Ouro Preto. 2014. 78 f. Monografia (Bacharelado em Turismo) - Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2014. Acesso em Mar/2014.

BEZERRA, Sandra Regina Zúniga de Souza. Apontamentos sobre Hospitalidade, Turismo e Modernidade. Revista Cesumar – Ciências Humanas e Sociais Aplicadas. Vol.12, Nº2, 2007. Disponível em: <<http://www.cesumar.br/pesquisa/periodicos/index.php/revcesumar/article/viewArticle/567>>. Acesso em Jun/2013.

DALPIAZ, Roni Carlos Costa; DAGOSTINI, Aline; GIACOMINI, Deisi Moraes e GIUSTINA, Maria da Glória de Souza Della. A Hospitalidade no Turismo: O Bem Receber. Revista de Divulgação Científica ULBRA Torres – Conversas Interdisciplinares, vol.I, 2008. Acesso em Jun/2013.

FREITAS, Isaurora Cláudia Martins de. As Repúblicas Estudantis e seus Significados. 26ª

Reunião Brasileira de Antropologia, 01 e 04 de Junho. Porto Seguro, Bahia. Disponível em: <http://www.abant.org.br/conteudo/ANAIS/CD_Virtual_26_RBA/grupos_de_trabalho/trabalhos/GT%2031/isauroara%20claudia%20martins.pdf>. Acesso em Dez/2013.

GODOY, Victor Vieira. A Coleção do Museu da Escola de Farmácia da UFOP. In: GRANATO, Marcus e LOURENÇO, Marta C. Coleções Científicas Luso-Brasileiras: patrimônio a ser descoberto. Rio de Janeiro: MAST, 2010.

GRINOVER, Lucio. A hospitalidade urbana: acessibilidade, legibilidade e identidade. Revista Hospitalidade. São Paulo, Ano III, Nº2, p.29-50, 2006.

LASHLEY, C. Para um entendimento teórico. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado. São Paulo: Manole, 2004.

MAGALHÃES, Sônia Maria de. Minas Gerais e o mito da cornucópia da abundância. II Encontro Memorial do ICHS: Nossas Letras na História da Educação, 11 a 13 de novembro. Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2009.

MALTA, Eder. Identidades e práticas culturais juvenis: as repúblicas estudantis de Ouro Preto. 2010. 155 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais). Universidade Federal de Sergipe, 2010. Acesso em Out/2013.

_____. Práticas Culturais Juvenis: O “Rock” das Repúblicas Universitárias de Ouro Preto. III Fórum de Identidades e Alteridades – Educação, Diversidade e Questões de Gênero, 11 a 13 de novembro. Universidade Federal de Sergipe, Itabaiana, 2009.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva. Trad.: António Filipe Marques. Edições 70: Lisboa, 2008.

MONTEIRO, Marcelo da Graça. As Relações entre Hospitalidade e Turismo: Análises e perspectivas dos ambientes em que ocorrem. IV SeminTUR – Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, 7 e 8 de julho. Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2006. Disponível em: <http://www.ucs.br/ucs/tplSemMenu/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/gt14>. Acesso em Jun/2013.

NEVES, Ronaldo Mendes. Comunicação Institucional na Hospitalidade Pública de Ouro Preto. XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 28 a 30 de junho. Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-1339-1.pdf>>. Acesso em Nov/2013.

VALIM, Alexandre; et al. s/d. O Modelo SWOT. Disponível em:<<http://www.administradores.com.br/producao-academica/analise-swot/3060/download/>>. Acesso em Mai/2014.



RESENHA

Freire-Medeiros e a análise da favela como um produto turístico - resenha de livro

Freire-Medeiros' analysis of the favela as a tourism product – book review

Ricardo de Oliveira Rezende¹

FREIRE-MEDEIROS, Bianca. Gringo na Laje: produção, circulação e consumo da favela turística. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009, 164 p. (Coleção FGV de Bolso, Série Turismo).

Uma forma de avaliar uma obra é se ela atinge o objetivo a que se pretendeu. Freire-Medeiros se deteve na “investigação sobre o fenômeno da conversão inesperada da favela carioca em destino turístico” objetivando fazer um mapeamento do “cenário” (p. 8-11). Assim, para a autora, à sobreposição entre dinheiro e emoções alia-se uma ‘estranha’ sobreposição entre lazer e miséria. Para a autora, o fato de alguém se dispor a pagar para ver outro ser humano que sofre e que isso seja feito durante as férias exige do cientista social um complexo esforço de interpretação (p. 46-47).

A autora afirma que os defensores deste tipo de turismo em áreas pobres, afirmam que ele “incrementa o desenvolvimento econômico da região, a consciência social dos turistas e a autoestima das populações receptoras” (p. 47). Os críticos, de outro lado, reconhecerem algum impacto positivo em alguns projetos, no entanto, em nenhum caso os moradores das localidades visitadas usufruem realmente dos benefícios gerados; o que as visitas motivariam são atitudes voyeuristas diante da pobreza e do sofrimento” (p. 47). Sua obra tem 2 objetivos: 1) refletir sobre mo-

¹ Bacharel em Turismo, especialista em Planejamento e Gestão Social, mestre em Estudos Populacionais e Pesquisas Sociais. Doutorando em Geografia pela Universidade de Brasília, Brasília, DF, Brasil. E-mail: ricarduus@gmail.com.

tivações e expectativas dos turistas, saber o papel dos mediadores (guias e empresários) e 2) perceber sentimentos e emoções que mobilizam turistas ‘diante da pobreza dos outros’” (p. 12).

O primeiro capítulo aborda como a favela desponta como atração turística, ou seja, o surgimento da “pobreza turística” no Rio de Janeiro. O construto proposto - “pobreza turística” - é definido como “uma pobreza emoldurada, anunciada, vendida e consumida com um valor monetário definido no mercado turístico” (p. 28). A pesquisa tenta entender o processo em que a favela passa de vilã do trade a atração turística. Segundo a autora, a origem da favela como destino turístico remete à ECO 92 quando as autoridades tentaram isolar as favelas do olhar estrangeiro” (p. 49-50).

O segundo capítulo é dedicado a aspectos históricos e geográficos do fenômeno da pobreza turística. A autora vê um possível retorno da prática vitoriana de slumming - tendência a visitar as áreas mais pobres para filantropia ou por curiosidade (p. 29). Este retorno, deve ser entendido como parte constituinte do mercado, que define um valor monetário para a pobreza, um preço devidamente acordado entre agentes e consumidores (p. 32).

Segundo a autora, cresce o número de turistas política e ecologicamente corretos que evitam a todo custo ‘o lazer de ir ver o que se tornou banal’ (chamados pós-turistas). Procuram-se experiências inusitadas, interativas, aventureiras e autênticas em destinos cujo apelo reside na antítese daquilo que se costumava classificar como ‘turístico’. Assim, localidades ‘marginais’ são reinventadas (p. 33). Ouriques (2005, p. 56)² afirmou que o advento do turismo em favelas foi a descoberta de uma nova funcionalidade da favela, em que sua “estética específica torna-se mercadoria para visitação turística”. Tratar-se-ia de um fenômeno global, presente em locais pobres da Europa à África. Para a autora que a indústria do turismo cria uma economia das sensações que lhe é específica (p. 48).

No Capítulo 3, a autora apresenta o resultado de sua pesquisa, sob a perspectiva dos donos das agências e dos guias. A autora contabiliza em 7 as agências que trabalham com este tipo de produto, nas quais, a utilização de jipes é bem característica e também muito criticada. Uma das agências que atua na Rocinha possui “38 jipes e capacidade para levar até 280 pessoas por vez. São oferecidas visitas exclusivas à Rocinha de duração média de três horas e também pacotes nos quais a favela é combinada a outras atrações da cidade, como a floresta da Tijuca” (p. 51). Mas há agências que se diferenciam conduzindo o turista a pé com guias da própria

² OURIQUES, H. R. A Produção do Turismo: fetichismo e dependência. Campinas-SP: Alínea, 2005.

favela, amenizando a crítica dos que “acusam o jipe de inspirar a ideia de um ‘safári de pobres’” (p. 54-55).

Entre as recomendações para quem visita a favela está “ignorar eventuais provocações, não interromper a passagem de moradores nas ruazinhas estreitas e não dar esmolas” (p. 69) e também recomendações sobre fotografar. Outra característica do turismo na favela é o chamado “momento laje”, quando se para para apreciar a vista, uma característica comum a todas as agências. Este é, sem dúvida, um dos mais apreciados pelos visitantes: com o mar de casas a seus pés, eles podem confrontar a favela com seu entorno, as casas mal alinhadas com os edifícios luxuosos à beira-mar (p. 51).

São importantes também as informações que a autora sistematiza quanto, por exemplo, a preços (“algo em torno de US\$ 35 por pessoa”, p. 57) e comércio de suvenires (“Há uma variedade de produtos ‘by Rocinha’”, p. 66). Quanto à imagem que é passada da favela, a autora coloca que a Rocinha é divulgada como local ‘pacífico’ e ‘belo’, no entanto o convívio com as atividades do tráfico de drogas é corriqueiro. Para a autora, “o tráfico e suas práticas violentas são temas inevitavelmente abordados durante os passeios” (p. 69).

A autora informa que “todos os donos de agências afirmaram veementemente que não dão qualquer quantia aos traficantes e que jamais houve nenhum tipo de interferência dos ‘donos do morro’ no business turístico” e conclui que não teve, obviamente, como “verificar se é feito algum pagamento de ‘pedágio’, mas há por certo uma inevitável convivência, que pode ser menos ou mais estreita” (p. 70). Completa ainda que apesar de relatos de episódios tensos, há consenso de que não existe perigo e que na verdade, o turismo na Rocinha tem por consequência desestruturar a lógica que associa favela e violência (p. 72). Por outro lado, o principal desapontamento dos guias de turismo é alto e, segundo a autora, isso não tem a ver com sua remuneração (em torno de R\$ 50,00/passeio), Não se trata de um desapontamento com baixas remunerações, mas de um descrédito crescente no papel do turismo como agente de transformação social (p. 74).

O Capítulo 4 apresenta dados da pesquisa com os turistas, que são majoritariamente estrangeiros. O campo realizado em 2005, teve entrevistas com 56 turistas, bem como a análise de seus blogs e fotologs de viajantes (p. 83). A autora percebeu uma característica em comum que é “a ansiedade em diferenciar-se”. “Em primeiro lugar, eles pretendem distinguir-se dos turistas convencionais, cuja vivência no Rio de Janeiro estaria limitada ao circuito praia, Corcovado e Pão de Açúcar”. “Em seguida, procuram diferenciar-se dos turistas-voyeur que visitariam a favela sem com ela interagir” (p. 83-84).

Há também uma busca pelo encontro com a comunidade e com uma cultura ‘autêntica’, ainda que essa busca esteja fadada à frustração” (p. 86). Freire-Medeiros diagnostica que “o que vigora é a busca por novos e exclusivos destinos turísticos (reality tours) – não só pra o lazer e o relaxamento, mas também para a certificação de status” (p. 92). Aborda ainda que a maioria dos turistas desconhece que o valor pago pelo passeio não vai diretamente para os moradores; e estes, em grande parte, não sabem que os turistas pagam para fazer o passeio.

Segundo a pesquisa, a prática de fotografar a favela, que conteria um potencial de criar um contraestigma, sendo uma das práticas que mais caracteriza o consumo da favela pelo turista (p. 99). O dilema de ir ver os pobres é elevado à máxima potência quando se resolve, nestes passeios, fotografar os pobres. Mas a própria comunidade, segundo apreendemos do texto, “diz não se incomodar com as câmeras estrangeiras” (p. 106).

Já no Capítulo 5, Freire-Medeiros aborda o tema sob o olhar do autóctone. Busca-se responder à estranha sinonímia que existe, no Rio de Janeiro, entre favela e comunidade. Assim, a favela emerge como território autossuficiente portador de uma cultura própria, em que os habitantes se mantêm unidos em oposição à sociedade egoísta que os cerca (p. 96), mas uma “comunidade cercada”, as quais proliferam protegidas por vigilantes e dispositivos eletrônicos” (p. 97). É essa comunidade, que não se dá pelo sentimento de pertença, mas pelo de exclusão.

O turismo de favela beneficia economicamente um segmento muito específico e minoritário, não promove uma distribuição efetiva de lucros e as agências de turismo raramente estabelecem diálogo com as instituições representativas da favela (p. 118). Mesmo assim, os moradores vêem com simpatia a presença dos turistas. Houve mesmo, por parte da associação de moradores a proposição de um “roteiro de dentro” (p. 130) que, não deu certo.

Já em suas considerações finais, a autora afirma que há um “choque cognitivo” provocado pelo par favela e turismo (p. 143). Cerca de 28% da população brasileira reside em áreas reconhecidas como favelas, geralmente situadas em médias e grandes cidades do país (p. 144). O processo de exclusão re-edita o mito das ‘classes perigosas’, rótulo pelo qual se vê a favela e seus moradores (p. 145).

Freire-Medeiros entende que as favelas são reconhecidas e evitadas pelo senso comum como circuitos “selvagens” da cidade (p. 146). De fato, Boaventura Santos nos ensina que vivemos a emergência do fascismo societal, que se dá não em um regime político, mas antes, em um regime social e civilizacional e em várias formas, sendo que uma delas seria um duplo padrão de ação estatal direcionado um, para

as zonas selvagens (fora do contrato social) e outra para as zonas “civilizadas” (SANTOS, 1999, p. 51-52) 3.

Assim, o turismo na favela vem sendo rejeitado em função de dois argumentos, em si diferenciados, mas que levam ao mesmo fim. Primeiramente os que acreditam que a favela é um espaço que por ser locus da violência e da pobreza não deve ser mostrado para que não destrua uma pretendida “imagem” do Brasil. A outra visão rechaça o turismo na favela porque fere a dignidade dos seus moradores já que os mostraria como animais em um zoológico.

A autora argumenta que “reflexões acadêmicas sobre o tema do turismo na favela são ainda escassas, o que reforça a reprodução de percepções de senso comum, usualmente reativas ao mal-estar que a associação entre dinheiro e moral, lazer e miséria provoca” (p. 147). No âmbito das políticas públicas, a autora afirma que o incentivo ao turismo em lugares pobres pode ser associado à noção neoliberal de “alívio da pobreza” a qual poderia, num ambiente de livre mercado, tender justamente a agravar as desigualdades que reforçam a pobreza (p. 147).

Ao final a autora afirma que para o morador a questão não é a existência deste turismo, mas como ela se processa. Segundo a autora, não há como saber que caminhos irá percorrer a mercadoria pobreza turística, mas sustenta dois pontos:

- 1) que “o turismo de pobreza de pobreza não é culpado pela miséria e desigualdade, ainda que se alimente delas” e
- 2) que “a favela turística não é avaliada como algo imoral por nenhum dos atores sociais envolvidos, o que não significa, de modo algum, que conflitos morais lhes sejam estranhos” (p. 152).

A conclusão mais importante da obra é, nas palavras da autora, “que os passeios não oferecem à Rocinha a chance de usufruir em pé de igualdade os benefícios econômicos gerados com o turismo” (p. 77). Para terminar, é interessante lembrar a “intensidade e a velocidade com que o campo da favela turística continuamente se renova” (p. 134). E, exemplo desta renovação, podemos ver o nascimento de projetos de turismo comunitário nas favelas do Rio de Janeiro, nos quais as comunidades não são parte da paisagem a ser consumida por turistas e operadores, mas, sim, “donas do seu próprio nariz” se apropriam do turismo e resolvem se mostrar e receber turistas.

3 SANTOS, B. S.. Reinventar a Democracia: entre o pré-contratualismo e pós-contratualismo. In: HELLER, A. et al. A Crise dos Paradigmas em Ciências Sociais e os Desafios para o Século XXI. Rio de Janeiro: Contraponto, 1999, p. 33-75.



Cenário #02

Revista associada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo
Centro de Excelência em Turismo - Universidade de Brasília