

UM OLHAR DO TURISMO PARA A COMUNIDADE.

SANTOS, Rodrigo Amado dos.

Docente do Curso de Bacharelado em Turismo da Faculdade de Ciências Humanas (FAHU) da Associação Cultural e Educacional de Garça (ACEG).
Bacharel em Turismo – Universidade Metodista de Piracicaba (UNIMEP). Mestre em Ciências Sociais - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), Campus Marília. Doutorando em Geografia - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), Campus Rio Claro
profrodrigoamado@gmail.com

BARBOSA, Talita Prado.

Bacharel em Turismo – Faculdade de Ciências Humanas – FAHU/ACEG – Garça – São Paulo – Brasil. Especialista em Metodologia do Ensino - Associação Cultural e Educacional de Garça. Mestre em Ciências Sociais – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), Campus Marília – Doutoranda em Ciências Sociais – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), Campus Marília
E-mail: prado.talita@hotmail.com

ESAKI, Flávia Manzano.

Acadêmica do Curso de Bacharelado em Turismo da Faculdade de Ciências Humanas (FAHU) da Associação Cultural e Educacional de Garça (ACEG)
flaviaesaki@hotmail.com

RESUMO:

É indubitável o dinamismo cultural existente em nosso território nacional. Toda essa “miscelânea” apenas contribuiu para a caracterização de uma das mais ricas fontes culturais mundiais: o povo brasileiro. Sendo uma das culturas que mais influenciou o nosso desenvolvimento sócio-econômico, a cultura japonesa. Este trabalho analisa a formação sócio-histórica de Marília, interior de São Paulo, aos “olhos” desses indivíduos, buscando compreender crenças, costumes e valores que lhes são tão importantes e que costumam ser “repartidos” com os membros desta sociedade através dos eventos culturais como o Japan Fest. Assim, o intuito aqui é o de se perceber como o turismo contribui, por meio de suas ações, propaga, preserva e perpetua culturas, identidades e memórias tão importantes para a construção de um “senso-identitário” tão crucial a quaisquer grupos sociais.

Palavras-chave: Cultura. História. Identidade. Turismo.

ABSTRACT

It's indubitable the fact of the existent cultural dynamism in our national territory. All this "miscellaneous" only contributed to the characterization of one of the richest sources cultural world: the Brazilian people. As one of the cultures that most influenced our social and economic development, the Japanese culture. This study examines the socio-historical formation of Marília, São Paulo, the "eyes" of these individuals, trying to understand beliefs, customs and values that are so important and which tend to be "shared" with the members of this society through events cultural as Japan Fest. Thus, the aim here is to understand how tourism contributes, through its actions, spreads, preserves and perpetuates cultures, identities and memories as important for building a "sense of identity," so crucial to any social groups.

Keywords: Culture. History. Identity. Tourism.



Percebe-se que perante seu desenvolvimento a atividade turística relegou-se a duas visões distintas: a do turista e a do empreendimento. Quaisquer ações que fossem mencionadas e/ou analisadas, há alguns anos atrás, no processo de planificação e organização da atividade turística, transpareceriam o intuito de se sanar as necessidades e expectativas dos turistas, bem como a aquisição de capital através da oferta de produtos/serviços/empreendimentos inseridos no contexto explicado acima. Contudo, o que não se percebeu, é que tais ações eram capazes de gerar impactos, positivos e/ou negativos, a localidade da qual estas fariam parte. Muito menos ainda fora compreendido que tais impactos, em sua grande maioria, seriam percebidos apenas em perspectivas de tempo de médio e longo prazo.

Assim, um processo de planejamento que visasse o entendimento de tais impactos era relegado a uma marginalidade graças à ambição dos empreendedores e gestores da cadeia produtiva do turismo. Justamente por isso, e graças também a massificação da atividade sentida na década de 90, percebeu-se que o processo de planejamento e organizado do Turismo deve sim “olhar” pelas necessidades do turista, bem como propiciar o enriquecimentos dos agentes que estiverem por detrás de suas ações. Entretanto, esse processo de gestão deve primeiramente pautar suas ações em prol do desenvolvimento sustentado das comunidades que for inserido. Assim, o “olhar” sobre a comunidade deve apresentar-se como normativa principal no que diz respeito a quaisquer procedimentos de planificação, gestão e operacionalização da atividade turística. Afinal de contas, será ao seio desta que os impactos poderão ser sentidos. Se esta não se mostrar satisfeita perante os resultados obtidos, fatalmente o Turismo ali não prosperará. É importante que a singularidade local, bem como suas necessidades, sempre estejam à frente de todos os demais interesses, visto que é essa a responsável pelo ofício turístico (SANTOS, 2003).

Por esses questionamentos, julga-se aqui importante apresentar uma argumentação exposta por Barreto (2000:23) que vai ao encontro da necessidade de efetuarmos um planejamento sustentável e equilibrado que consiga atender a necessidade de sua tríade: comunidade, empreendedor e turista.

“Em última instância, deixadas de lado todas as implicações econômicas comerciais, financeiras e ambientais, que fazem do turismo um fenômeno social total, pode-se dizer que o turista é essencialmente uma pessoa que procura conhecer, passear, desfrutar de outro lugar diferente daquele em que mora. As formas como o turista vai entrar em contato com esse lugar e a interação que terá com ele constituem, atualmente, os grandes parâmetros para a classificação dos turistas e seu enquadramento em categorias sócio-antropológicas. Também será a interação entre o turista e o lugar que indicará os tipos de turismo mais adequados para otimizar a proteção ao meio ambiente, tanto natural quanto cultural, do núcleo receptor”.



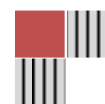
Nessa relação entre o turista e a comunidade ou localidade visitada existem alguns pontos importantes a serem questionados, tanto positiva quanto negativamente. Quais seriam as vantagens e desvantagens de se atrair turistas para tal localidade?

“o Turismo é um eficiente meio para: promover a difusão de informação sobre uma determinada região ou localidade, seus valores naturais, culturais e sociais, abrir novas perspectivas sociais como resultado do desenvolvimento econômico e cultural da região, integrar socialmente, incrementar (em determinados casos) a consciência nacional, desenvolver a criatividade em vários campos, promover o sentimento de liberdade mediante a abertura ao mundo, estabelecendo ou estendendo os contatos culturais, estimulando o interesse pelas viagens turísticas. O Turismo, por outro lado, pode provocar, no meio visitado, os seguintes prejuízos: degradação e destruição dos recursos naturais, perda da autenticidade da cultura local, descrição estereotipada e falsa do turista e do país ou região de que procede, por falta de informação adequada, ausência de perspectivas para aqueles grupos da população local das áreas de destinação turística, que não obtêm benefícios diretos das visitas dos turistas ou do próprio Sistema de Turismo da localidade, aparecimento de fenômenos de disfunção social na família, patologia no processo de socialização, desintegração da comunidade, dependência do capital estrangeiro ou de estereótipos existentes em face do Turismo”. (BENI, 1998:41)

Para que haja sucesso em um projeto turístico, existe a necessidade de um planejamento prévio, seja ele orçamentário, estrutural, de capacidade de carga, etc.. Sem este, a probabilidade de se afetar negativamente a comunidade envolvida e inclusive os turistas é muito grande. O que gera uma possibilidade de um turista não mais voltar a destinação ou até mesmo a não participar de um evento se estes não oferecerem as mínimas condições de segurança, higienização, organização, e preservação dos atrativos consumidos.

Uma das diretrizes importantes e que se mostra em voga nas discussões sobre os princípios que deverão nortear a relação entre sustentabilidade e turismo, é a maneira como esta atividade será capaz de fazer com que os benefícios advindos de suas ações (econômicos, culturais, ambientais, políticos, lúdicos, etc.) possam ser sentidos não apenas pelos turistas, como também por todo e qualquer indivíduo que faça parte da localidade que este sistema está inserido. Há a necessidade então (e isso se mostra enquanto um dos preceitos do Plano Nacional de Turismo) de se promover a inclusão dos munícipes junto a quaisquer produtos/serviços/empreendimentos que estiverem sendo oferecidos e estruturados em sua localidade. Essa inclusão poderá acontecer através da geração de empregos, da criação de rendas a serem despendidas no município, pelo usufruto das melhorias que vierem ocorrer nesta localidade (saneamento básico, estruturas de apoio como, por exemplo: hospitais, farmácias, infra-estrutura de acesso - rodovias, aeroportos, etc.), ou então o acesso as dependências e o usufruto dos produtos/serviços que forem oferecidos por um evento, como é o caso do Japan Fest que outrora fora mencionado.

Em relação aos turistas e comunidade, Meneses (2004:13), ressalta um importante fato: “a experiência turística tem demonstrado que a participação comunitária sustenta não apenas o



atrativo, mas também a própria estrutura receptiva do turista”. Assim, a atitude da comunidade nipônica mariliense, e a maneira como estes recebem seus visitantes é de fundamental importância para a estruturação desta prática. A relevância de sua participação se dá pelo fato de que esses filhos de integrantes se propuseram a trabalhar voluntariamente para que este evento obtivesse abrangência que tem até os dias de hoje¹.

Dentro desse contexto de cultura, identidade e memória e suas respectivas importâncias para os grupos sociais que por meio delas se estruturam, Barreto (apud. Gonçalves, 2000:10) nos dirá que

“Assim como a identidade de um indivíduo ou de uma família pode ser definida pela posse de objetos que foram herdados ou permanecem na família por varias gerações, também a identidade de uma nação pode ser definida pelos seus monumentos – aquele conjunto de bens culturais associados ao passado nacional. Esses bens constituem um tipo especial de propriedade: a eles se atribui a capacidade de evocar o passado e, desse modo, estabelecer uma ligação entre passado, presente e futuro. Em outras palavras, eles garantem a continuidade da nação no tempo”.

Por meio dessa argumentação, pode-se perceber a relevância que o evento Japan Fest assume frente a comunidade nipônica mariliense, bem como o restante de sua população e região. Através deste evento, o grupo social aqui em questão encontrou um mecanismo para preservar e perpetuar as tradições trazidas pelos seus antepassados imigrantes, que através de suas associações, difundiram as crenças, os hábitos, os valores, as atitudes e as condutas representativas de sua terra natal. Abaixo, teremos a oportunidade de visualizar algumas figuras simbólicas que detêm parte do que aqui fora descrito:

¹ Em uma reportagem do Jornal Diário de Marília intitulada “Mais de 500 voluntários garantem o sucesso da festa e ajudam entidades”, há uma passagem digna de nota e que transparece a proporção deste evento: “um batalhão de gente, a maioria anônima, ajuda na organização e mantém a estrutura dos três dias de festa do Japan Fest. São cerca de 500 voluntários, que atuam na segurança, na montagem, apoio às barracas e outras atividades que garantem o sucesso do evento. Tal união é capaz de auxiliar na construção de um clima harmônico capaz de fazer com que os visitantes encontrem neste evento um clima propício as práticas recreacionais, como também ao entendimento sobre certas peculiaridades que tão o tom de uma cultura rica em detalhes e personagens. Em 2008, apenas a título de curiosidade, cerca de 70.000 indivíduos visitaram o espaço do evento.



Figura 01: Arte de escrever em papel especial com tinta de carvão**Figura 02:** Arte do Ikebana (arranjo de flores).

Assim, poder-se-ia dizer que o Japan Fest é um evento que reúne todos os tipos de público possíveis. Durante os dias deste evento, crianças, adolescentes, pais e avós, tem opções para seus respectivos entretenimentos, como também para o conhecimento sobre os costumes e práticas de uma cultura milenar. Além disso, o evento dá a oportunidade que diversas comunidades nipônicas, provenientes do município de Marília e da região, possam manter viva suas tradições, histórias, identidades, memórias, personagens tão ricos para a compreensão de seu universo cultural. Dessa maneira, ao longo dos dias de execução desse evento, fica nítida também a intenção dos



organizadores por parte desta simbologia cultural. Estes objetivam a difusão de suas culturas, para que estas se tornem mais populares e façam com que as pessoas criem um interesse perante o modo de vida oriental, e por causa dessa curiosidade, venham prestigiar a festa e confraternizar com os distintos grupos sociais que ali se encontrarem.

Nesse contexto, percebe-se que o turismo, bem como quaisquer ações que fizerem parte de sua cadeia produtiva – como é o caso do evento aqui citado - deve ser concebido como uma ferramenta que visa à preservação e contemplação de todos os resquícios que fazem do local atrativo singular não apenas à sociedade da qual faz parte, como também se mostre enquanto um objeto distinto e peculiar capaz de ampliar os horizontes de percepção dos indivíduos que se defrontarem com suas características. Nesse sentido, as Associações Culturais Japonesas – como todo e qualquer produto de sua ação – juntamente como a identidade e memória que exalam, podem ser trabalhadas como verdadeiros centros de memória viva, que quando bem utilizadas pelo turismo², são capazes de reforçar a qualidade de vida da população local.

Por isso, os procedimentos relacionados à sua planificação e gestão devem considerar um dos princípios analisados por Krippendorf para uma nova concepção do turismo, onde para a continuação benéfica, com a redução drástica de impactos negativos em nossa sociedade, caberia aos empreendedores e gestores desta mesma atividade/fenômeno considerar o Turismo como, uma política que buscase o seguinte objetivo:

(...) assegurar e otimizar a satisfação das múltiplas necessidades turísticas dos indivíduos de todas as camadas sociais no âmbito das instalações adequadas e num meio ambiente intacto, levando em consideração os interesses da população autóctone. (...) A política do turismo não estará mais centrada exclusivamente nas finalidades econômicas e técnicas, mas também respeitará o meio ambiente e levará em conta as necessidades de todas as pessoas envolvidas. (2001, p.136)

Nesse aspecto, o desenvolvimento do Turismo, atrelado a leis de incentivo a preservação de nossa identidade cultural, pode e vem demonstrando ser um importante aliado na defesa do patrimônio e da identidade cultural na medida em que ressalta, no seu planejamento e gestão, uma política que respeite à cidadania, entendida aqui como a necessidade de preservação e revitalização de um patrimônio cultural que se deve ter como um bem comum, coletivo, já que, por a experiência turística ser fortemente visual, o olhar do visitante procura encontrar a singularidade do lugar, seus símbolos e significados mais marcantes. Os ambientes, sobretudo as cidades, devem ser vistos como um enigma a ser desvendado pelo usufruto, como um texto a ser interpretado pelo pesquisador.

² O turismo deve exaltar o desenvolvimento cultural, social e econômico de uma localidade. Contudo, há a necessidade de se buscar ferramentas e agentes preconizadores, principalmente em meio acadêmico, que possibilitem que tal atividade possa melhorar aspectos sócio-econômicos que toda teoria que circunda sua interdisciplinaridade prega.



Dessa maneira, entende-se que as ações turísticas, independentes da visão aplicada, quando comparadas e confrontadas com os interesses gerais das populações autóctones, devem priorizar, acima de tudo, a preservação da cultura onde as mesmas incidem. Entretanto, torna-se extremamente difícil para o planejador turístico vislumbrar características singulares que devem ser preservadas na cultura receptiva³. Para Beni (1998, p. 273) “locais que se caracterizam por ter um grande de população autóctone, com uma estrutura social do tipo tradicional e, por tanto, com raízes culturais muito profundas, devem merecer atenção maior porquanto são mais propensos a receber um impacto mais significativo”.

Sendo assim, julga-se de fundamental importância lembrar que os possíveis aspectos negativos do impacto sócio-cultural promovidos pela intensificação da atividade turística somente serão amenizados através de um planejamento participativo onde os atores sociais que integram as manifestações das culturas populares estabelecerão os limites daquilo que pode ser mudado, interpretado ou incorporado. Sem essa participação ativa, essa manifestação torna-se mero espetáculo, sem ligação com a localidade e encenado unicamente para “o turista ver”. Essa descaracterização leva à desvalorização da própria cultura local, que só terá utilidade dentro de determinados padrões de autenticidade e somente poderão ser avaliados pela comunidade receptora.

A atividade turística caracteriza-se através de deslocamentos espaciais de indivíduos, sendo estes promovidos por diversos motivos, entre os quais podemos citar os de interesses recreativos, culturais, sociais, mercadológicos, alimentícios, entre outros inúmeros que permeiam o fenômeno. Na medida em que tal atividade/fenômeno emerge e cresce criando diferentes impactos sobre nossas sociedades, é necessário desvincularmos a idéia moldada pela grande maioria de seus empreendedores de que o Turismo representa, acima de tudo, um retorno de investimentos e lucros fáceis a curto prazo. Prega-se a idéia de que a atividade turística deve exaltar o social, o cultural, preservando todos os resquícios de identidade de uma localidade, tornando-se necessário integrar o turista à realidade da localidade onde tal atividade se desenvolve, fazendo com que o mesmo habitue-se perante todos os traços marcantes e passíveis de serem contemplados, desde que, bem planejados e executados, possam tornar-se “turistificados”, promovendo assim o que Krippendorf (2001) chamará de Turismo Alternativo.

³ A observação da cultura representa um fator importante no Turismo, e oferece a premissa para um paradoxo constante: será que o Turismo prejudica a cultura? A resposta não é simples. Aqui em Bali, uma artesã deixa de lado sua arte de esculpir objetos de madeira para a venda em um mercado local, para esculpir frutas para um bufê de um hotel. O nível de habilidade manual envolvida permanece praticamente o mesmo. Será que poderíamos argumentar que, neste caso, o Turismo proporcionou um meio de expressão adicional para tais habilidades?” (BURNS 2002, p.73)

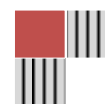


Remetendo esta argumentação a um ponto de vista cultural, Yazigi (ap. POMPEU 1999, p.101) afirma que “os homens realizam suas vidas através de uma noção de tempo, onde o presente é um tempo contínuo, cada vez mais envolvendo passados e futuros”. Dessa maneira, percebe-se que estes indivíduos fomentarão atividades em um tempo presente, baseando-se em experiências, relações e ícones representativos que exalam características e significados de tempos pretéritos, e através disso, esses mesmos indivíduos terão como intuito almejar a preservação dos resquícios que lhes tornam impares aos demais grupos sociais que os cercam.

O processo de conscientização para a preservação de uma memória, e conseqüentemente da identidade cultural de um povo, deve ser planejada por meio de um processo participativo entre gestores, pesquisadores e comunidade, para que sua planificação consiga despertar novas vozes e valores, dando credibilidade também aos sujeitos marginalizados por nossa história elitista, e ser capaz de conceber uma nova percepção e dar novos significados às fontes documentais, aos relatos registrados e apreendidos como certos e inquestionáveis e as relações sociais que continuamente se alicerçam e se propagam em nosso cotidiano, nos possibilitando, assim, uma nova versão à história desta comunidade e/ou grupo social e que representará, no caso das associações e/ou evento aqui narrados, uma acepção que despertará uma verdadeira “comunidade de sentidos” que ali se encontram.

REFERÊNCIAL BIBLIOGRÁFICO

- BARRETTO, Margarita. **Turismo e Legado Cultural**: as possibilidades do planejamento. Campinas: Papirus, 2000.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 1998.
- BURNS, Peter. M. **Turismo e Antropologia**: uma introdução. São Paulo: Chronos, 2002.
- KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 2001.
- MENESES, José Newton Coelho. **História e Turismo cultural**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.
- SANTOS, Rodrigo Amado dos. **A Rotunda no município de Lins**: para além da materialidade. Memórias e Significados. Lins-SP: Editora Raízes, 2011.
- _____. **Rotunda**: retratos de uma época e lugar no esquecimento. Monografia (Curso de Bacharelado em Turismo), Universidade Metodista de Piracicaba (UNIMEP) – Campus Lins, Lins-SP, 2003.



YAZIGI, Eduardo. Turismo, Espaço, Paisagem e Cultura. In: POMPEU, Figueiredo de Carvalho. **Patrimônio Histórico e Artístico nas cidades médias paulistanas** – a construção do lugar. São Paulo: Hucitec, 1999.

