



cultur

Revista de Cultura e Turismo

Artigo:

MÚLTIPLAS IDENTIDADES NA ATIVIDADE TURÍSTICA: UMA DISCUSSÃO TEÓRICA

Autora:

Débora de Paula Falco¹

Copy right, 2007, CULTUR. Todos os direitos, inclusive de tradução, do conteúdo publicado pertencem a CULTUR - Revista de Cultura e Turismo. Permite-se citar parte de artigos sem autorização prévia, desde que seja identificada a fonte. A reprodução total de artigos é proibida. Os artigos assinados são de responsabilidade exclusiva do(s) autor(es), que serão informados que a aprovação dos artigos implica na cessão imediata de direitos, sem ônus para a revista, que terá exclusividade de publicá-los em primeira mão. Em caso de dúvidas, consulte a redação: revistacet@hotmail.com

A CULTUR – Revista de Cultura e Turismo é um periódico científico eletrônico, idealizado no Programa de Mestrado em Cultura e Turismo da Universidade Estadual de Santa Cruz. Com a missão de fomentar a produção científica e a disseminação de conhecimento multidisciplinar relacionados com Cultura, Turismo e áreas afins, objetivando a troca de informações, a reflexão e o debate, provendo assim o desenvolvimento social.

CULTUR – Revista de Cultura e Turismo

CULTUR, ano 03 – n. 03 – Junho/2009

www.uesc.br/revistas/culturaeturismo

¹ Mestranda em Comunicação – Linha de Pesquisa: Comunicação e Identidades da Universidade Federal de Juiz de Fora. Especialista em Artes, Cultura Visual e Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF. E-mail: deborafalco@terra.com.br.

RESUMO

Este artigo busca abordar as questões das identidades nacionais e das identidades pessoais no complexo contexto da sociedade contemporânea, marcada por incertezas e instabilidades. Para tanto, recorre-se as relações entre turismo, identidade e invenção da tradição. Estes conceitos são tratados no âmbito da produção do turismo, e exemplificados, através dos relatos de alguns teóricos sobre o posicionamento turístico de cidade e países. Este estudo busca também traçar relações entre a afirmação da identidade nacional e o papel do turismo neste processo. Outro ponto de análise, refere-se as possibilidades identitárias abertas ao turista através da hospitalidade. Neste sentido, propomos que o caráter móvel das identidades pós-modernas pode ser um aliado nos momentos de interação do turista com os valores e costumes da sociedade receptora.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo; Identidade nacional; Identidade pessoal; Sociedade líquido-moderna.

ABSTRACT

This article intends to show the subject about national identities and personal identities into the complex contemporary society, defined for uncertainties and instabilities. Thus, we used the relationship among tourism, identity and invention of tradition. These concepts are broached through some examples of important theorists about tourist position of countries and cities. We approached the identities possibilities opened to the tourists through the attitudes of hospitality in the perspective of movable identity.

KEY-WORD: Tourism, National identity, Personal identity, Liquid-modern society.

1. INTRODUÇÃO

A questão dos deslocamentos das identidades contemporâneas, ou a chamada “crise de identidade”, tem sido tema freqüente nos estudos das ciências sociais. Visando trazer alguma contribuição a este tema também no campo das ciências sociais aplicadas, dentre as quais destacamos o turismo, empreendemos este artigo no intuito de desvelar, ao menos em parte, alguns elementos que caracterizam o momento atual em suas imbricações com a produção e a prática do turismo.

Para tanto, procuramos traçar considerações acerca das tentativas de produção de locais turísticos apoiados em valores de um passado que tem como referência uma identidade nacional e, por outras vezes, regional. Para abordar este aspecto além de utilizar alguns conceitos que marcam a compreensão da sociedade contemporânea (a partir de autores como Woodward, Hall, Huyssen, Bauman e outros), valemo-nos de alguns exemplos mencionados por importantes teóricos do turismo como: Urry, Gastal, Wainberg, Savoldi e outros.

Posta a questão de como as identidades e reivindicações identitárias povoam a construção dos lugares turísticos, focamos esforços na compreensão dos processos identitários a que estão sujeitos o turista. A este respeito propomos a partir de autores como Bhabha, Hall e Bauman, como as identidades de turistas e receptores podem se configurar e reconfigurar segundo os processos de hospitalidade. Neste ponto seguimos o perfil do sujeito pós-moderno, cuja identidade torna-se uma “celebração móvel”, na perspectiva de Hall.

2. TURISMO, IDENTIDADE E INVENÇÃO DA TRADIÇÃO: ALGUNS RELATOS

Woodward (2005) argumenta que o mundo assiste hoje a um momento histórico caracterizado pelo colapso das velhas certezas e pela produção de novas formas de posicionamento. A autora percebe como elemento crucial para o entendimento desta nova dinâmica social o processo de construção cultural das identidades nacionais.

Woodward observa que nas sociedades modernas houve um deslocamento. Assim, já não se pode falar em um único centro determinante, mas em uma pluralidade de centros.

A autora, valendo-se do pensamento de Lacan, coloca que “esse deslocamento indica que há muitos e diferentes lugares a partir dos quais novas identidades podem emergir e a partir dos quais novos sujeitos podem se expressar” (2005, p.29). Conforme a autora, desta situação surgem novas arenas de conflito social. Propomos neste artigo que o turismo se configure com mais um elemento deste paradigma.

Woodward (2005) sugere duas formas de pensar a identidade cultural. A primeira visão foca aquilo que a autora denomina indústria da herança. Conforme a autora neste processo uma comunidade busca recuperar a “verdade” sobre seu passado na “unicidade” de uma história e de uma cultura partilhadas. Como exemplo do exposto, Woodward (2005) aponta a idéia de inglesidade averiguada por Stuart Hall. O discurso sobre a inglesidade é o que Hall (2004) denomina narrativa da nação. Conforme o autor “o discurso da inglesidade (*englishness*) representa o que ‘a Inglaterra’ é, dá sentido à identidade de ‘ser inglês’ e fixa a Inglaterra como foco de identificação nos corações ingleses”(2004, p.52), e porque não acrescentarmos, ao coração dos turistas.

Caminho semelhante a este tem sido trilhado pela indústria do turismo. De acordo com Urry (1996) hoje a tradição tornou-se uma forma de posicionamento no mercado turístico. O autor relata o caso da Grã-Bretanha que se posicionou no interior da divisão global do turismo como a “indústria da tradição”.

Estas condições são perceptíveis na abordagem de Savoldi (2005). O autor apresenta a idéia da italianidade explorada pelo estado de Santa Catarina. O autor relata que o sul do estado aposta nos descendentes de imigrantes italianos e em suas tradições para criar uma espécie de marketing turístico. É interessante observar que segundo Savoldi (2005) “a região conservou tradições que se perderam a muito na Itália européia atual e isso tem sido motivo de orgulho para os ‘italianos do sul do estado’”(2005, p.89). Vale mencionar dois aspectos do trecho do autor: sua colocação a respeito de uma Itália européia, que pressupõe, portanto, a possibilidade de uma outra Itália (não européia); e o próprio fato relatado sobre os moradores locais, que sentem orgulho de conservar tradições que já não fazem mais sentido no interior da própria referência dos “italianos do Brasil”, isto é, a Itália européia.

Savoldi (2005) pondera que neste processo, de “resgate cultural” os envolvidos “elegem no passado os pilares que dão sustentação para o ideal de uma cultura italiana que corresponda às aspirações atuais, 'modernas', do que é ser italiano” (2005, p.90). Neste sentido é que Bhabha (2003) considera que “ao encenar o passado, este introduz outras temporalidades culturais incomensuráveis na invenção da tradição. Esse processo afasta qualquer acesso imediato a uma identidade original ou a uma tradição ‘recebida’”(BHABHA, 2003, p.21).

Assim, configura-se um processo de invenção da tradição, já que como nota Hall (2004), tradições que parecem ser ou alegam ser antigas, são muitas vezes de origem bem recentes ou mesmo inventadas. Assim, o autor as define: “tradição inventada significa um conjunto de práticas, de natureza ritual ou simbólica, que buscam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, a qual automaticamente, implica continuidade com um passado histórico adequado”(HOBBSAWM e RANGER², 1983 *apud* HALL, 2004, p.54). Com isso é possível notar que a constante realização de festas pela população, no caso citado, de Santa Catarina, descendente ou não de italianos, buscando ser o mais “fiel” possível ao passado já esquecido pela própria Itália, pode configurar o desejo de inculcar certos valores ao comportamento dos descendentes de migrantes italianos, a fim de que não abandonem o que seriam os costumes do país de origem, nem percam, com isso, seu poder de atração turística.

Assim, vê-se claramente que o lugar constroe-se coerentemente com o imaginário brasileiro sobre a “italianidade”, não visando necessariamente a realidade atual ou mesmo do passado do país de referência. Alinhando-se a este pensamento Gastal (2004) observa que o autêntico seria aquilo que se constrói coerente consigo mesmo.

Seguindo esta lógica, Huyssen apresenta a necessidade de reconhecer a distância constitutiva entre a realidade e sua representação e de se estar aberto para as múltiplas possibilidades de representação do real e de suas memórias. À colocação do autor complementa-se o raciocínio de Gastal (2004) sobre Gramado. Para a autora a leitura do texto apresentado pela cidade ao turista encontra coerência no seu próprio interior. Visto isto, a autora rebate opiniões do tipo “na Alemanha não é assim”. Gastal argumenta que

² Hobsbawm, E. e Ranger, T.. The invention of tradition: Cambridge University Press, 1983.

de fato Gramado não é a Alemanha, mas também não pretende sê-la. O que importa segundo a autora é o fato de que Gramado constrói-se coerentemente com o imaginário que pretende representar, não visando a realidade concreta.

Obviamente a idéia de atração turística é facilmente associada ao uso mercadológico das tradições. Porém, como nos lembra Huyssen pensar a memória hoje é inevitavelmente liga-la à mercadonização e a espetacularização, seja em filmes, museus ou no turismo. Porém, o autor faz a ressalva de que a mercadonização nem sempre significa a banalização do evento histórico. Para ele “Não há nenhum espaço puro fora da cultura da mercadoria, por mais que possam desejar tal espaço. Depende muito portanto, das estratégias específicas de representação e de mercadonização e do contexto no qual elas são representadas”(2000, p.21).

Huyssen (2000) aponta que devido a este cenário, tem-se atualmente a valorização do que o autor chama de “passados presentes” em contraponto aos “futuros presentes” vividos na modernidade. Assim, o autor menciona que está havendo um emergir da memória na sociedade contemporânea. Huyssen (2000) argumenta que esta situação evidencia-se na procura por outras tradições e pelas tradições dos outros. A tendência exposta por Huyssen é visível também no turismo, como nos casos acima mencionados.

Este novo interesse pela memória e pelo resgate da tradição estaria associado as condições de vida do sujeito contemporâneo. Huyssen coloca que o “ênfase sobre a memória é energizado sublimemente pelo desejo de nos ancorarmos em um mundo caracterizado por uma crescente instabilidade do tempo e pelo fraturamento do espaço vivido”(2000,p.20). Hewison aborda de forma semelhante a memória e a tradição preservada pela arquitetura e monumentos urbanos. “A tradição representa uma espécie de segurança, um ponto de referência, talvez um refúgio, algo visível e tangível que parece estável, que não mudou. Nossa tradição ambiental é um elemento profundamente estabilizador e unificador em nossa sociedade”(HEWISON³ *apud* URRY, 1996, p.150).

À esta busca ansiosa por novos lugares de ancoragem identitária, pode-se aliar ainda o ressurgimento do nacionalismo. Contudo, Bauman (2005) pondera que o

³ Hewison, R. The heritage industry. London, Methuen, 1987.

chamado ressurgimento do nacionalismo na verdade aponta para a erosão da soberania nacional. Perante as circunstâncias geradas por um Estado político que abandonou suas antigas ambições assimilativas e que declara-se neutro ao caráter cada vez mais “multicultural” da sociedade que administra, é normal que visões ditas “culturais” da identidade voltem a tona como abrigos seguros em meio a incerteza. Conforme Bauman (2005) a comunidade é mais um fenômeno ambíguo com o qual nos defrontamos diariamente.

Flores (1997)⁴ *apud* Savoldi (2005) propõe o termo restauração cultural ao invés de resgate cultural. Isso porque como explica a autora, “Resgatar a cultura é algo difícil de alcançar. Como recuperar algo que não é estático, que não tem contornos definidos, muito menos definitivos, que não é jamais pronto e acabado? A cultura sem uma essência apriorística, é um processo dinâmico, incessante de construção e reconstrução, de invenção e reinvenção.” (2005, p.90). Para Flores (1997) a idéia de restauração permite enfatizar alguns detalhes em detrimento de outros e com isso ressignificar valores. Desta forma, “a epopéia do passado é construída com valores do presente; muitos traços desta restauração realizada no presente revelam a invenção de inúmeros detalhes para melhor caracterização do quadro que se quer representar” (SAVOLDI, 2005, p.91).

Savoldi (2005) prossegue em sua argumentação observado que os idealizadores deste projeto de italianidade no sul catarinense (Urussanga) buscam lapidar a italianidade selecionando e enfatizando detalhes a fim de apresentar-se numa espécie de vitrine do turismo local. Portanto, seria uma forma de posicionamento no mercado turístico assim como a germanidade o é para Blumenau.

De volta ao pensamento de Woodward (2005), verificamos a segunda concepção de identidade cultural analisada em seu estudo. Esta concepção vê a identidade cultural tanto como uma questão de “ser” quanto de “tornar-se”. “ Isso não significa negar que a identidade tenha um passado, mas reconhecer que, ao reivindicá-la, nós a reconstruímos e que, além disso, o passado sofre uma constante transformação. Esse passado é parte de uma co-munidade imaginada” (WOODWARD, 2005, p. 28). De acordo com

⁴ Flores, Maria Bernardete R. Oktoberfest – Turismo, festa e cultura na estação do chopp. Letras Contemporâneas. Coleção Teses, v. III, Florianópolis, 1997.

Woodward (2005), ao ver a identidade como uma questão de tornar-se os sujeitos não se vêem limitados pela identidade, mas são capazes de posicionar a si mesmos nela.

A situação exposta por Wainberg (2003) talvez auxilie a compreensão das circunstâncias referidas por Woodward. Wainberg (2003) relata o enorme mal-estar provocado na população do Rio Grande do Sul quando surgiu por parte das autoridades locais a idéia de remover a estátua do Gaúcho Lançador de seu local original.

O paradoxo apresentado pelo autor é o seguinte: o tipo social representado na estátua era considerado desviado e marginal no passado; porém foi reelaborado de tal forma que se tornou símbolo da identidade gaúcha, sendo-lhe retiradas suas características pejorativas originais. Agora, em seu “presente passado” (HUYSSSEN, 2000) vive como mito e por isso Wainberg coloca que se torna mais que um objeto, é um ícone mitificado.

Assim, adquire certo grau de sacralidade que o torna intocável na concepção dos gaúchos. De acordo com o autor, sendo lenda, o Gaúcho Lançador vive no espírito gaúcho. Vale ressaltar dois pontos no caso citado: o primeiro deles é a formação do mito por um discurso social, a partir de um tipo do passado cujos atributos reais foram modificados em sua condição atual. Vê-se assim que de fato, como propõe Huysen (2000), uma estátua ou monumento não pode garantir o rastreamento real do passado, sua continuidade ou coerência.

Contudo, deve-se destacar também que a “vida” e a “permanência” deste sujeito do passado gaúcho se deve a uma reapropriação de sua condição inicial, pela resignificação adotada pela sociedade gaúcha de hoje. O caso citado mostra a importância da identidade regional para as pessoas. Como dito por Huysen “o lugar *político* das práticas da memória é ainda nacional e não pós-nacional ou global.”(2000, p.17). Vale salientar a idéia de Hall (2004) de que a nação não é apenas uma entidade política, mas também produz sentidos em *um sistema de representação cultural*. Seguindo na concepção do autor, verifica-se que as culturas nacionais ou mesmo regionais produzem sentidos com os quais as pessoas podem se identificar e assim constroem identidades. Como lembra Hall “Há, juntamente com o impacto do ‘global’, um novo interesse pelo ‘local’”(2004, p.77).

Nesta mesma linha Woodward (2005) propõe o entendimento do lugar da identidade no “circuito da cultura”. Nestes termos a autora expõe a tensão entre a arena

global e local. Do ponto de vista do turismo é interessante atentar para o caso relatado por Justus⁵ *apud* Banducci (2005), acerca da construção da identidade social em Armação de Búzios, definida pela autora como o lugar das antíteses. Isso porque Búzios, de uma pequena vila de pescadores se transformou em um dos principais roteiros turísticos internacionais. De acordo com Justus (1996) Búzios caracteriza-se por pares de opostos. Por um lado, mantém o clima de aldeia de pescadores, por outro, guarda traços de cosmopolitismo, convivendo com as tensões ente natureza e cultura, entre rústico e sofisticado, regional e internacional, enfim, entre o local e o global. Tendo em vista estas considerações, Justus (1996) atribui a Búzios um alto grau de complexidade. Conforme a autora:

falar de Búzios é dizer de imediato que uma de suas características básicas é a coexistência de diferentes estilos de vida e visões de mundo, marca fundamental das cidades complexas. Talvez se possa falar até em alto grau de complexidade, já que a cidade porta traços de primitivismo ao mesmo tempo em que é extremamente atual, moderna. Búzios sustenta complexidade e heterogeneidade, trazendo em sua própria estrutura movimentos inteiramente diferentes (Justus *apud* Banducci 2005, p.41).

Na concepção da autora, a presença de estrangeiros (tanto turistas como estrangeiros que moram na cidade) imprimiu no que era uma provinciana aldeia de pescadores as marcas da metrópole, marcada pela diversidade cultural e pelo convívio ao mesmo tempo próximo e superficial que define o caráter transitório das relações pessoais. Para a autora a cidade se transformou de comunidade local em aldeia global. Banducci (2005), contemplando o estudo de Justus (1996), observa que:

A cidade, na qual convivem o nativo, o estrangeiro e o turista, caracteriza-se por não possuir uma identidade única, mas sim uma simultaneidade de identidades, de status e papéis. As relações que se estabeleceram entre esses três elementos humanos, seja com a natureza, com o lugar ou entre si, definem um tipo singular de cultura ao mesmo tempo direcionada para além de suas fronteiras e afeita a características regionais” (2005, p. 41).

Assim, o grande dilema da cidade atualmente se dá na arena de conflito entre o global (cidade globalizada, conectada ao mundo econômica e culturalmente, marcada

⁵ Justus, Daisy. A cidade natural: imagens e representações de Armação dos Búzios. Rio de Janeiro: UFRJ/ Museu Nacional, 1996. (Dissertação de Mestrado em Antropologia Social).

pela estrangeirização) e o local (estilo bucólico e pacato da vila de pescadores). Para Justus (1996) a solução para tal dilema se centra nas tensões entre memória, ambiente e identidade social.

Para melhor compreendermos o contexto social do caso citado, bem como as demais dinâmicas modernas vale recorreremos a concepção de Bauman (2005), no que se refere a estrutura do que o autor denomina “mundo-líquido-moderno”. Bauman (2005) esclarece que a idéia de identidade nacional e pertencimento, emerge da experiência humana como ficção e não como algo natural. Isso significa que a identidade nacional é uma construção discursiva, que passa a ser naturalizada no decorrer da vida cotidiana, mas que não é um dado natural e sim uma produção social e cultural.

Conforme o autor, a noção de identidade nasce da crise do pertencimento, posta aos indivíduos como uma tarefa a ser realizada. O autor relata que o Estado moderno utilizava-se de mecanismos coercitivos e de convencimento a fim de consolidar e manter uma única realidade imaginável. Assim dá-se a “ficção da natividade do nascimento”, que visava a subordinação dos indivíduos. Sob este aspecto, o maior poder viria da exclusão, isto é, determinar as fronteiras entre “nós” e “eles”. Com isto, confirmava-se a superioridade da identidade nacional. Contudo, estes fatos apenas demonstram a fragilidade do trabalho de construção da identidade nacional.

Nestes termos pode ser averiguada a construção do discurso nacional através dos recursos simbólicos da cidade histórica de Ouro Preto em Minas Gerais. Conforme Lópes “Sobre este espaço são atribuídos vários símbolos e imagens em torno dos quais se constróem vários discursos que procuram e pretendem caracterizar e classificar o chamado acervo nacional”(2005, p.66).

Lópes (2005) começa sua abordagem referindo-se as repercussões implicadas no processo de tombamento sofrido por Ouro Preto. Segundo a autora, este processo marca a passagem do que era de posse individual para o conjunto formal e simbólico da nação. Com este procedimento, busca-se identificar o que é realmente singular à uma nação. Portanto, tem-se sob este aspecto uma visão unificada sobre o “ser nacional” reconhecida internacionalmente, já que a cidade passou a integrar o rol de patrimônios da humanidade, endossados pela UNESCO. Lópes (2005) salienta que:

Do ponto de vista oficial, o que se tem sobre esses bens é o investimento de significados imbuídos de uma sólida identificação com a expressão de um todo nacional; estes são homogêneos e coesos, buscando exprimir uma univocidade de pertencimento e reconhecimento para os brasileiros. Os bens, uma vez que passam a representar o país (a nação), tornam-se seus documentos de identidade (2005, p.67).

Barbalho (2003) relata que os regimes autoritários, como o Estado Novo e o Regime Militar, demonstravam forte interesse em intervir na cultura, no sentido de elaborar uma visão do “ser nacional”. A situação exposta por Lópes (2005), a respeito da construção identitária de Ouro Preto, parece validar o postulado por Barbalho (2003). De acordo com Lópes (2005), Ouro Preto integrou o projeto de *definição nacional*, implementado pelo governo de Getúlio Vargas. Este projeto visava a construção do Brasil moderno através do Estado, apoiado em uma política nacionalista respaldada em tradições da cultura popular brasileira. Entre os atores do poder oficial envolvidos neste processo a autora destaca a Embratur e o Iphan.

Para visualizarmos as circunstâncias expostas pelos autores vale destacar o seguinte trecho de um discurso feito por Getúlio Vargas em 1938 acerca de Ouro Preto: “Meca da tradição nacional, a cidade para qual devemos volver nossos olhos, porque representa as páginas vivas de nossa história, no fulgor do seu passado e das suas glórias imorreduras”(Trecho extraído de LÓPES, 2005, p.68). Como observa Barbalho (2003) “quando assume o governo, Getúlio Vargas procura unir o país em torno do poder central, fomentando o sentimento de ‘brasilidade’”(2003, p.105).

É pertinente ressaltar que “a noção de nacionalidade, para além de sua natureza política, acaba por ser resultado de uma instância simbólica, fruto de uma incessante construção discursiva cultural – que é um sistema de representação”(BRITO e MARTINS, 2004, p.72). No discurso de Vargas vê-se claramente a tentativa de sacralizar a história DE Ouro Preto como se fosse a história de todos os sujeito, ocultando, desta forma, as diferenças e os conflitos não apenas no interior de nação, mas no interior da história da própria cidade de Ouro Preto. Neste sentido vale o alerta de Brito e Martins (2004): “não importam as diferenças de quaisquer ordens que caracterizam os indivíduos de uma nação, a idéia de uma identidade cultural nacional acaba por, em tese, constituir-se uma unidade”(2004, p.7). Os autores usam o termo “tese”, pois não acreditam que a cultura nacional seja um todo unificado.

Contudo, na concepção de Lópes, é inegável que a elevação de Ouro Preto ao patamar de cidade tombada, a torna um dos referenciais sacralizados, oficialmente, “do que se pretendia que fosse a nossa nacionalidade – portanto, unívoca”(LÓPES, 2005, p.68). A isto a autora chama de “identidade territorializada”, visto que presume-se conhecer a identidade de uma nação percorrendo-se um lugar eleito para representá-la.

Para Lópes “a nacionalidade é um campo de luta entre os indivíduos que vivem em uma sociedade marcada por diferenças, os quais negociam e disputam as imagens nacionais. Desse modo, não existe um único significado, mas uma pluralidade”(2005, 67). Porém, é preciso atentar para aqueles que estão em posição de enunciar tais discursos e definições nacionais. Alinhando-se a esta perspectiva vale mencionarmos, que como adverte Brito e Martins (2004), ao abordar a identidade nacional esbarra-se também em aspectos multiculturais da sociedade. Todavia, no caso relatado, trata-se a identidade como uma espécie de “ser uno e verdadeiro” coletivo (HALL, 2004). Contudo, a construção identitária na sociedade atual terá novos caminhos a trilhar, além dos fornecidos com veemência pelo Estado autoritário.

3. A HOSPITALIDADE E AS MÚLTIPLAS POSSIBILIDADES IDENTITÁRIAS DO SUJEITO TURISTA: INTERAÇÕES NA MODERNIDADE-LÍQUIDA

Bauman (2005) observa que hoje a confiança pública não está mais no Estado, mas flutua a procura de abrigos alternativos. Neste sentido podemos entender o aumento da demanda atual por viagens e o aumento do fluxo de turistas pelo mundo. Na verdade o turismo pode ser na sociedade contemporânea, encarado como uma nova forma de ancoragem para a identidade. Este aspecto é visualizado tanto na multiplicação de reivindicações identitárias por cidades e países, que pretendem ser turísticos, como na possibilidade oferecida pelo turismo, de identificação para o sujeito turista.

Esta identificação se daria nos padrões do “homem sem vínculos”, descrito por Bauman (2005) como típico das sociedades líquido-modernas. Isso não significa dizer que o turista terá uma experiência pouco “real” ou desinteressada com a comunidade local. Ao contrário, o turismo pode se apresentar como uma boa oportunidade de auto-identificação, desafio imposto aos indivíduos. Isso porque o turista poderá ligar-se as “identidades” locais sem o medo de assumir um compromisso com essa identidade.

Como observa Barbalho (2003), seguindo o pensamento de Stuart Hall (1998), no momento contemporâneo é mais válido trabalharmos “o conceito de identificação, ao de identidade, para realçar o caráter de articulação provisória entre o Eu e o Outro”(2003, p.107).

Por este motivo, quando um turista é vítima de algum conflito local, esta situação gera um alto grau de indignação por parte do público. Afinal, ele (o turista) só estava passeando, mas não pertencia aquele povo e não compartilhava de suas convicções. Porém, é importante destacar que isso não significa que não exista a possibilidade de interação entre os valores do turista e dos receptores locais.

Isso porque, como prática social, pode-se compreender o turismo dentro do conceito de *tatildade*, exposto por Maffesoli (2005), que favorece tudo o que está próximo na relação social e portanto aproxima o turista do universo cotidiano da população visitada. Maffesoli (2005) relata ainda uma outra perspectiva pós-moderna já mencionada, o delizamento de uma *lógica da identidade* para uma *lógica da identificação*. A primeira é essencialmente individualista, já a segunda é mais coletiva e alia-se a postura do turista pós-moderno, que celebra sua identidade móvel e se abre a possibilidade de pertencimentos múltiplos.

Hall (2004) atribuí ao sujeito pós-moderno uma identidade mais fluida, com possibilidades de pertencimentos múltiplos. Semelhante perfil é descrito por Urry (1996) acerca do turista pós-moderno, denominado pelo autor de pós-turista. De acordo com as constatações de Urry (1996), o pós-turista almeja viagens mais flexíveis, que envolvam experiências pessoais, sociais e culturais menos envoltas pelo padrão de viagem “empacotada”, que seguia uma lógica do turismo de massa da era industrial.

Neste sentido, pode-se compreender ainda a formação das tribos que caracterizam o momento pós-moderno. Conforme Maffesoli (2005) as tribos são organizações mais ou menos efêmeras “que comungam valores minúsculos e, num balé sem fim, chocam-se, atraem-se e repelem-se numa constelação de contornos mal definidos e totalmente fluidos. Essa é a principal característica das sociedades pós-modernas”(2005, p.18). Por isso, quando viaja o turista procura experimentar certas formas de identificação com a sociedade local, ainda que para isto não necessite anular sua identidade nacional ou pessoal, visto que se dará a pertencimentos múltiplos.

Para Silva (2005) a viagem pode ser tomada como metáfora deste caráter móvel da identidade. Segundo o autor, a viagem obriga quem viaja a sentir-se “estrangeiro”, posicionando-se mesmo que temporariamente (como no caso do turismo), como o “outro”. “Na viagem podemos experimentar, ainda que de forma limitada – as delícias – e as inseguranças - da instabilidade e da precariedade da identidade”(SILVA, 2005, p.88).

Neste instante o turista poderá ter acesso a cultura do outro através de gestos de hospitalidade. Camargo (2005) observa que a hospitalidade é o primeiro passo para a alteridade. Para o autor a hospitalidade “é um processo de comunicação interpessoal, carregado de conteúdos não-verbais que constituem fórmulas rituais que variam de grupo social para grupo social, mas que ao final são lidas apenas como desejo/recusa de vínculo humano” (2005, p.31).

A hospitalidade se dará por meio daquilo que Marcel Mauss denominava dádiva. Camargo esclarece que o “contato humano começa com uma dádiva que parte de alguém. A retribuição é uma nova dádiva que implica um novo receber e retribuir, gerando dons e contra-dons num processo sem fim”(2004, p.16). No turismo isto é visível, visto que a atividade comporta dois atores: o turista e o morador local, tendo por cenário a cidade. O exposto explica os esforços, em especial de órgãos municipais, em educar os taxistas para bem recepcionar o turista e conscientizar os comerciantes sobre os danos da exacerbação dos preços para o público visitante. Todos estes procedimentos são efetuados a fim de iniciar o processo da dádiva no turismo por parte da população anfitriã. Espera-se como contra-dons por parte do turista neste processo uma propagação favorável da cidade em seu local de origem, o seu retorno ao lugar visitado, a preservação da cidade, bem como o respeito à população receptora.

Neste sentido, pode-se averiguar a postura de um turista ativo, que não se contenta com uma posição meramente contemplativa, nem se identifica com uma postura “alienada”, ou seja, sem qualquer curiosidade sobre o modo de vida de comunidade receptora. Este perfil encontra coerência com a postura do sujeito pós-moderno descrito por Hall (2004).

Isso porque para o sujeito pós-moderno, que enquadra também a postura do pós-turista, descrito por Urry (1996), “A identidade torna-se uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos

representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam”(HALL, 2004, p.13). Assim, pode-se considerar que o turismo é uma forma de interpelação do sujeito que assume a posição de turista em meio a um sistema cultural a que não pertence. Desta forma, a atividade turística se reverterá em uma nova possibilidade de construção identitária. Vale destacar ainda que “o sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas em torno de um ‘eu’ coerente”(HALL, 2004, p.13). Assim, o indivíduo é capaz de identificar-se, mesmo que temporariamente, com uma multiplicidade de possibilidades culturais. Pode-se incluir entre estas possibilidades os deslocamentos vividos no turismo.

Neste instante pode-se observar aspectos de hibridismo presentes na viagem. Na concepção de Silva (2005), o contato com diferentes culturas desestabilizam e deslocam as identidades originais, e, por isso abrem-se novas possibilidades identificatórias.

É interessante salientar o seguinte pensamento exposto por Bhabha (2003): “No mundo em que viajo, estou continuamente a criar-me”(2003, p.29). Neste instante, cabe ao turista caminhar em direção à negociação, isto é, ultrapassar as base de oposição e promover a articulação de elementos culturais que poderiam ser até mesmo antagônicos e contraditórios. Este processo levará a contestação tanto do território do turista quanto da sociedade receptora.

A experiência turística pode promover ou não está negociação entre as diferentes culturas. Isso dependerá do perfil e da postura assumida pelo turista e por seus receptores. Para Bhabha (2003) “O pacto de interpretação nunca é simplesmente um ato de comunicação entre o Eu e o Você designados no enunciado. A produção de sentido requer que esses dois lugares sejam mobilizados na passagem por um Terceiro Espaço [...]”(2003, p.66). Sendo assim, Bhabha (2003) esclarece que a produção de sentido requer que os dois lugares mencionados (Eu/Você), sejam mobilizados na passagem para um Terceiro Espaço, que introduz a ambivalência no ato da interpretação. Neste momento tornam-se possíveis as rupturas com os estereótipos que, muitas vezes, povoam o imaginário turístico e que por vezes, barram a experiência da ação.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este estudo buscamos observar os conflitos e as tensões do processo de construção das identidades nacionais e pessoais no turismo. Para tanto, focalizamos a prática do turismo, sem porém perder de vista o seu contexto mais amplo, o que implicou uma análise da construção social na modernidade-líquida e do descentramento das identidades nacionais e pessoais.

Sendo assim, verificamos que as reivindicações identitárias são cada vez mais presentes na produção turística de países e cidades. Isso ocorre porque, de certo modo, estas identidades inventadas passam a ser vistas como um abrigo seguro para o sujeito contemporâneo, imerso em incertezas e inseguranças.

Foi possível observarmos ainda, as novas possibilidades identitárias abertas através da prática dos gestos de hospitalidade. Neste instante, verificamos que a relação entre turistas e receptores é facilitada pela fluidez da identidade do sujeito pós-moderno. Nesse jogo de identidades, o turista não precisa necessariamente negar a sua identidade nacional ou pessoal. O pós-turista está apto a sustentar ambas identidades. Como observado, a sua identidade não se concentra em torno de um “eu” coerente, nem tampouco pretende-se estável.

REFERÊNCIAS

- BANDUCCI, Jr. Álvaro. Turismo e Antropologia no Brasil: estudo preliminar. In: BANDUCCI, Jr. Álvaro, BARRETTO, Margarita (Orgs.). *Turismo e Identidade Local*. São Paulo: Papirus, 2005.
- BARBALHO, Alexandre. Questões de identidade – Migrações de um conceito. In: *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. Vol. XXVI, n.1, 2003.
- BAUMAN, Zygmunt. *Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BHABHA, Homi. *O local da cultura*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- BRITO, Regina Helena, MARTINS, Moisés de Lemos. Considerações em torno da relação entre língua e pertença identitária no contexto lusófono. *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona*, 2004.
- CAMARGO, Luiz Octavio Lima. *Hospitalidade*. São Paulo: Aleph, 2004.

- GASTAL, Susana. *Turismo, Imagens e Imaginários*. São Paulo: Aleph, 2004.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A., 2004.
- HUYSSSEN, Andreas. *Seduzidos pela memória*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.
- LÓPES, Tânia. Rotas nacionais: fragmentando os roteiros turísticos sobre Ouro Preto. In: BANDUCCI, Jr. Álvaro, BARRETTO, Margarita (Orgs.). *Turismo e Identidade Local*. São Paulo: Papyrus, 2005.
- MAFFESOLI, Michel. *O mistério da conjunção*. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- SAVOLDI, Adiles. A reconstrução da italianidade no sul do estado de Santa Catarina. In: BANDUCCI, Jr. Álvaro, BARRETTO, Margarita (Orgs.). *Turismo e Identidade Local*. São Paulo: Papyrus, 2005.
- SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz tadeu da (Org.). *Identidade e Diferença*. Petropolis: vozes, 2005.
- URRY, John. *O olhar do turista*. São Paulo: Studio Nobel, 1996.
- WAINBERG, Jacques. *Turismo e comunicação: a indústria da diferença*. São Paulo: Contexto, 2003.
- WOODWARD, Kathryn. Identidade e Diferença: introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz tadeu da (Org.). *Identidade e Diferença*. Petropolis: vozes, 2005.

Recebido em 30/10/2008.

Aprovado em 13/04/2009.