

ARTES E HUMANIDADES

## Impactos do turismo na identidade cultural. Impacts of tourism on cultural identity

**Jones da Silva Gomes**

Graduado em Turismo pelo Instituto Federal de São Paulo - IFSP e aluno especial do programa de pós-graduação em Estudos Culturais da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo - USP.

[jns.gomes@yahoo.com.br](mailto:jns.gomes@yahoo.com.br)

## Resumo

O turismo tem sido apresentado como um importante fator de desenvolvimento cultural, ambiental e econômico. Entretanto, observa-se que o fenômeno também é responsável por inúmeros impactos sociais. Este artigo tem como objetivo estimular uma reflexão acerca de algumas possibilidades de inferência da atividade turística na transformação da identidade cultural de povos e nações.

**Palavras-chave:** identidade cultural; turismo; impactos sociais.

## Abstract

Tourism has been presented as an important factor of cultural, environmental and economic. However, it is observed that the phenomenon is also responsible for numerous social impacts. This paper aims to stimulate reflection about some possibilities inference of tourist activity in the transformation of the cultural identity of peoples and nations.

**Keywords:** cultural identity; tourism; social impacts.

No mundo atual, a definição de costumes, hábitos, língua e características de um povo não são suficientes para a construção de um padrão de identidade nacional. A globalização, fenômeno mundial de integração econômica, cultural, social e política, unida às tecnologias de comunicação cada vez mais velozes e eficientes, tem incitado muitos pesquisadores a resignificar o conceito de padrões de identidades.

Para Stuart Hall, diretor do Centre of Contemporary Cultural Studies, da Universidade de Birmingham, na Inglaterra, a identidade não está exatamente realacionada ao momento e local do nascimento de um sujeito. Hall preceitua que

*A identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. [...] Ela permanece sempre incompleta, está sempre 'em processo', sempre 'sendo formada'. [...] Assim, em vez de falar da identidade como uma coisa acabada, deveríamos falar de identificação, e vê-la como um processo em andamento. A identidade surge não tanto da plenitude da identidade que já está dentro de nós como indivíduos, mas de uma falta de inteireza que é 'preenchida' a partir de nosso exterior [...] (Hall, 2006, p. 38-9).*

Na concepção subjetiva de Renato Ortiz, a identidade não deve ser considerada como uma essência. Para ele, a identidade cultural está diretamente associada à uma ordem de construção dada no processo histórico de uma sociedade. Nesse contexto, a globalização atua como principal fator contemporâneo de influência e transformação de povos, de culturas e, conseqüentemente, de identidades. É na dinâmica das transformações imediativas da indústria e do consumo, movidas pelo exacerbado capitalismo que rompe e cruza fronteiras à uma velocidade sem precedentes, que se constituem as influências de uma sociedade em outras.

No entanto, apesar da globalização propiciar o caminho que interconecta e interpenetra as regiões, comunidades locais e nações, marcados pela hegemonia do capital e do mercado,

igualmente este fenômeno provoca o desenvolvimento de uma busca por singularidade e espaço para as diferenças e os regionalismos.

Não se deve desconsiderar que os efeitos da globalização trazem consigo um poderoso reforço de homogeneização cultural, sobretudo em detrimento de sua propagação tecno-científica e dos meios de comunicação em massa de escala planetária. Neste sentido, poder-se-ia considerar a pressuposição do nascimento gradual de uma identidade global. Entretanto, o próprio fenômeno da globalização traz consigo fatores que comprometem esta homogeneização, na medida em que provocam manifestações de resistência, a partir da afirmação das identidades locais, às dinâmicas oriundas do processo de mundialização. Este processo se dá especialmente em função do violento ritmo de transformações de paradigma, apreensão e falta de certezas e referenciais fixos para a compreensão e sobrecodificação do mundo e da realidade, produtos da própria globalização.

A construção de uma identidade global torna-se insustentável por conta do próprio entendimento da identidade, ao ponto que esta se define pela constestação aos outros, ou seja, pela eliminação dos outros, e também à medida em que exige uma inserção seletiva. Na medida em que a globalidade supõe a privação da não continuidade em relação aos povos, não poderia existir os "outros", ao ponto que a inclusão de todos os povos em uma mesma identidade cultural não poderia ser seletiva. Assim, a construção de uma identidade global torna-se impossível, uma vez que estaria associada à uma inclusão global que entravaria o fator de alteridade profundamente ligado ao conceito de identidade.

De acordo com Ortiz, a identidade presume um componente que assemelha os povos e outro que os difere das demais sociedades:

*Toda identidade se define em relação a algo que lhe é exterior, ela é uma diferença [...] Porém a identidade possui uma outra dimensão, que é interna. Dizer que somos diferentes não basta, é necessário mostrar em que nos identificamos (Ortiz, 2006, p. 7).*

Desta maneira, são as diferenças que separam uma identidade da outra, estabelecendo distinções, quase sempre na forma de oposições sociais. Estas oposições são construídas em todo o tempo, no contexto das relações sociais e culturais. A afirmação da identidade e a expressão das diferenças transcrevem o anseio das distintas sociedades, dissonantemente assentadas no intuito de garantir um acesso prerrogativo ao capital. Assim, compreende-se que a identidade e a diferença encontram-se numa afinada conexão com relações de poder. Segundo Renato Ortiz (2006, p. 7), não existe uma identidade brasileira autêntica mas uma pluralidade de identidades, construídas por diferentes grupos sociais em diferentes momentos da nossa história. Para o pesquisador, falar de cultura brasileira significa falar em relações de poder, da luta ideológica pelo monopólio da definição pelo ser nacional em relação ao Estado. O autor preceitua que

*Por meio do mecanismo de reinterpretação, o Estado, através de seus intelectuais, se apropria das práticas populares para apresentá-las como expressões da cultura nacional (Ortiz, 2006, p. 140).*

Neste sentido, a identidade nacional tende à uma representação, ou seja, uma caracterização construída por grupos ou classes sociais interessados na imposição de suas visões ideológicas. A análise de Ortiz quanto às diversas divergências existentes entre pesquisadores causadas pela ideia de falsidade ou autenticidade da identidade da nação afirma que

[...] a procura de uma “identidade brasileira” ou de uma “memória” brasileira que seja sua essência verdadeira é um falso problema. [...] a pergunta fundamental seria: quem é o artífice dessa identidade e dessa memória que se querem nacionais? A que grupos sociais ela se vincula e a que interesses elas servem? (Ortiz, 2006, p.139).

A sucessão de interesses expressos nos projetos de identidades criados pelos intelectuais – e apoiados pelo Estado – ao longo da história, são muitas vezes cheios de sentimentalismo. Esse fator contextualizado nas ideologias produzidas, conduzem, muitas vezes, ao desenvolvimento de patriotismos, preconceitos e xenofobias existentes nas identidades de algumas nações. De maneira indubitável, o Estado foi um dos atores mais ativos na construção de ideologias que formulam identidades. No entanto, isso não significa que o povo se sujeitasse a todas as propostas desempenhadas pela elite governamental. O consentimento da sociedade, que legitimaria ou não os projetos de identidade propostos, também são fatores que, na visão do autor, fundaram extrema importância para a o desenvolvimento e criação da identidade nacional brasileira.

De acordo com Ortiz, a identidade quanto à sua construção sempre tem um valor positivo com pontos de vistas e diferentes perspectivas. Há de se compreender que não se existe uma (só) identidade brasileira mas uma séria de identidades diversificadas dentro de uma mesma nação. O fato de mundo não ser mais o mesmo, nos incita a pensarmos a identidade cultural de maneira contrária como foi proposta, no passado, por pensadores como Gilberto Freyre ou Sérgio Buarque de Holanda. E diante das transformações mundiais, ocorridas no âmbito da globalização, cada dia mais se fortalece a complexidade na busca coerente do destravamento da discussão acerca das questões pertinentes à construção da identidade.

Paralelamente, a dinâmica do fluxo de turistas trazidos pela globalização também potencializam o discurso acerca da afirmação das identidades locais, o que verifica-se nas políticas de restrição de imigração, sobretudo nos países desenvolvidos. O turismo como fenômeno de aproximação – ou afastamento – de pessoas, não deve ser desconsiderado no processo da formação das identidades de povos e nações. Uma vez que o contato entre as diferentes culturas num espaço geograficamente compartilhado se estabelece, dá então o processo de pluralidade cultural.

A exemplo disso, temos a relação que se estabelece em condições opostas no contato entre o autóctone e o turista. Os choques culturais, muitas vezes gerados pela globalização da economia que acentua as diferenças dos países desenvolvidos e subdesenvolvidos, do central e do periférico, ilustram as desigualdades não apenas econômicas, mas também socioculturais. Isso se dá porque quando o turista adentra na região visitada ele não se despe de sua cultura para incorporar a do autóctone. Nas viagens, todos os hábitos e comportamentos de consumo geralmente acompanham o turista à região de destino, independente do destino escolhido.

Diversos estudos acerca dos impactos sociais gerados pelo turismo têm mostrado que a influência do turista no autóctone é muito mais expressiva que o contrário. Esse fenômeno se dá sobretudo no turismo internacional, onde se estabelece o contato de pessoas provenientes de países de economias centrais com sociedades de países de economia periférica. Os hábitos que acompanham os turistas, muitas vezes também passam a fazer parte da vida dos autóctones não como uma modo inclusivo e transformador de sua identidade, mas como um caminho que estabelece uma relação mais próxima com o viajante, objetivando resultados monetários viáveis que o turismo é capaz de produzir.

Entretanto, o comportamento do nativo pode ocorrer de duas maneiras distintas. Na primeira, ele pode rejeitar o turismo e conseqüentemente o turista e sua cultura. Na segunda, o autóctone passa a

admitir os padrões de comportamento e a cultura dos turistas ao passo que, diante desta relação, sua identidade submete-se à transformações ao longo do tempo.

No cenário em que as culturas se encontram, Lickorish e Jenkins afirmam que

*O turismo pode gerar custos sociais em geral difíceis de estimar, mas que nem por isso são menos importantes. Um exemplo é a ameaça aos hábitos tradicionais de cada país e, muitas vezes, de regiões específicas. Entretanto, o turismo pode se tornar o elemento que irá garantir a manutenção de certas tradições originais que atraem os turistas (Lickorish e Jenkins, 2000, p. 108).*

Nem sempre o conceito do Turismo como um fenômeno de apropriação é considerado por pesquisadores e estudantes da área. Há de se atentar à ideia de que o ambiente onde esse fenômeno se instala ou se apropria, deve ser preparado para recebê-lo. Não estamos considerando aqui apenas a estrutura física, paisagística e construída de uma região turística, mas também sua estrutura sociocultural, ou seja, sua identidade social e cultural. Assim, dever-se-ia pensar o autóctone como ator no processo turístico e não apenas como objeto de curiosidade e atração turística. Com frequência, o turismo resulta em uma incompreensão mútua, ao invés do entendimento entre os povos. Às vezes, chega-se ao confronto, ao invés do encontro. E, até, mesmo, no extremo dos casos, ao desprezo, ao invés do respeito: os turistas desprezam esses nativos “subdesenvolvidos”, os quais, em contrapartida, desprezam estes estrangeiros “liberados” (Krippendorf, 2012). Os relacionamentos culturais provenientes da atividade turística nem sempre são harmoniosos, mas sim, permeadas por entraves advindos da lógica mercadológica, capitalista, fundamentado no âmbito puramente econômico, onde se tem um sujeito como consumidor – turista – e outro, como parte da mercadoria – nativo. Esse comportamento social, gerado a partir do fenômeno turístico, efetivamente produz transformações de autenticidade e identidade cultural de povos e nações ao redor do mundo.

Segundo Alexandre Panosso Netto (2013), se a visitação ao destino não for bem conduzida pode-se insurgir a mercantilização da cultura local, tendo como resultando sua transformação numa mercadoria ser consumida. Para o mesmo autor, é neste momento que a cultura original é transformada para “turista ver” e então nasce um pseudoevento, com perda de autenticidade.

*A modificação dos costumes tradicionais pela prática do turismo pode não ser boa, pois novos padrões culturais introduzidos tendem a desestabilizar os arranjos centenários de grupos sociais. Isso tudo somado à aculturação e à miscigenação – ou seja, a transferência de carga e valores culturais e a mescla deles entre grupos diferentes –, pode dar início à modificação e perda das tradições (Panosso, 2013, p. 94).*

É sabido que a intolerância entre as diferenças culturais é, lamentavelmente, demarcada no decurso da história da humanidade, como por exemplo, as guerras, quer sejam de cunho político, religioso, étnico, racial ou econômico, todas iniciadas pelas diferenças de identidades culturais e pela incomplacência com o “outro” perante o “eu”. Além disso, outro fator que pode estabelecer a (in)tolerância é produzido pela própria indústria cultural. Frequentemente, esta se utiliza da criação de identidades de povos e nações, passando, posteriormente, a manipular imagens pré-concebidas no imaginário social através dos meios de comunicação de massa. O objetivo desses manejos, estruturalmente pensados, é de se estabelecer uma ideologia forjada a fim de se obter resultados econômicos favoráveis aos intelectuais que desempenham tais atividades.

A atividade do turismo sempre irá gerar impactos sociais que serão originários do encontro entre o visitante e o residente local, ou turista e anfitrião. Alterações sociais surgem dessas relações e podem ser percebidas imediatamente ou demorar a aparecerem, colocando em risco os valores tradicionais de povos cuja a estrutura social pode ser modificada, implicando assim numa “alteração” das identidades culturais dos grupos sociais, quer sejam, os autóctones (Netto, 2012). E nesse contexto, sugere-se uma maior atenção aos relevantes impactos que o fenômeno turístico causa na autenticidade cultural de sociedades a redor de todo o mundo, seja de maneira positiva ou não.

### Referências

- Eagleton, T. (2011). A ideia de cultura. São Paulo: Editora Unesp.
- Hall, S. (2006). A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A.
- Jenkins, C. L e Lickorish, L. J. (2000). Introdução ao turismo. Rio de Janeiro: Campus.
- Krippendorf, J. (2012). Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph.
- Ortiz, R. (2006). Cultura Brasileira e Identidade Nacional. São Paulo: Brasiliense.
- Netto, A. P. (2013). O que é turismo. São Paulo: Brasiliense.