

A ANTROPOLOGIA DO TURISMO COMO FERRAMENTA DE PLANEJAMENTO TURÍSTICO

SOUSA, Alex Cunha

(1) Instituto Federal de Goiás, Rua 75 Nº. 46, Setor Central, Goiânia-GO, e-mail: comunicacao@ifg.edu.br

RESUMO

O turismo é uma das atividades econômicas e sociais que vem se destacando como estratégia de desenvolvimento, dado seu potencial de introduzir divisas às localidades receptoras. Porém o turismo apresenta limitações, de modo que quando estimulado, implantado sem o devido estudo e sistemático planejamento, esta atividade pode gerar mais impactos negativos do que efetivo desenvolvimento para a comunidade receptora. Um dos maiores temores por parte de estudiosos e críticos do turismo desordenado é o impacto na cultura local, cuja prática predatória vem contribuindo para a perda da identidade cultural dos moradores de destinos turísticos. Uma ferramenta de análise dos impactos decorrentes da prática predatória do turismo é a Antropologia do Turismo, que procura compreender e mediar os conflitos gerados entre “convidados e anfitriões”, uma delicada relação sócio cultural que deve ser equilibrada e sustentável. Este artigo tem como objetivo central estabelecer uma simbiose entre Antropologia e o Turismo, através de análises bibliográficas, bem como, a partir do estudo de caso do município de Caiapônia município do Estado de Goiás, que apesar da insipiente atividade, possui grande potencial turístico. Com este estudo buscaremos identificar equívocos, analisados pelos autores, e que devem ser evitados no município de Caiapônia, servindo de referência para um planejamento estratégico e sustentável que minimize os impactos sobre a cultura, meio ambiente e maximize os benefícios advindos da exploração sustentável dos potenciais turísticos do município.

Palavras-chaves: Turismo, Antropologia, Cultura, Planejamento, Sustentabilidade.

INTRODUÇÃO

O estudo da antropologia expandiu seu campo de ação, o olhar antropológico serve de baluarte científico que empresta seus métodos de análise social a outras tantas ciências. O turismo, em uma perspectiva antropológica, tem caráter fenomenológico, é uma atividade econômica e social que necessita ser estudado a partir de uma abordagem holística, integrada e fundamentalmente buscando a sustentabilidade.

A Antropologia do Turismo persegue justamente isto: compreender o fenômeno; situá-lo socialmente na tentativa de identificar equívocos e propor caminhos, mudanças comportamentais e quebra de paradigmas, com objetivo de garantir o fluxo turístico, bem como, a autonomia das comunidades receptoras.

Este artigo tem como objetivo central estabelecer uma simbiose entre a antropologia e o turismo através de análises bibliográficas, bem como, a partir do estudo de caso do município de Caiapônia, situado no Estado de Goiás Brasil, que apesar da insipiente atividade, possui grande potencial turístico. Para tanto realizamos trabalho de campo no município, visitando atrativos, aplicando questionário e entrevistando moradores, para conferir in loco subsídios de nossa pesquisa.

Inicialmente buscaremos fazer uma análise atual, do ponto de vista macro-econômico, estatístico, e político do turismo no mundo, no Brasil e em Goiás, para em seguida fazer um recorte em torno do município de Caiapônia.

Em que condições está o turismo no município de Caiapônia na primeira década do século XXI? Quais seus potenciais?

Na sequência deste artigo, vamos abordar os aspectos culturais de Caiapônia e se já há influência da atividade turística na cultura local.

Mas, podemos afirmar que o turismo pode modificar a cultura local?

Finalmente vamos procurar estabelecer uma simbiose entre a Antropologia e o Turismo, de modo que este estudo possa servir de referencial e mediador para o planejamento sustentável da atividade turística como estratégia de desenvolvimento.

Pode o turismo, intensificado de forma planejada e discutido com a sociedade e atores locais, contribuir com o desenvolvimento sócio cultural de Caiapônia?

1 CONTEÚDO

O turismo é uma atividade socioeconômica que apesar de estar diretamente ligada ao desempenho da economia global, vem crescendo bem acima dos índices econômicos mundiais, enquanto que atividade econômica mundial cresceu em média 4,66 % ao ano entre 2002 e 2007 (*segundo World Economic Outlook, October 2009 - IMF e IBGE*) a atividade turística no mesmo período apresentou crescimento médio de 12,6% ao ano, segundo dados da OMT (Organização Mundial do Turismo (2007), divulgados em relatório do Ministério do Turismo brasileiro em 2008.

Outro aspecto destacado em outro relatório do Ministério do turismo, é que o turismo representa o 4º item na pauta de exportação mundial, “representa 30% das exportações mundiais de serviços e 6% das exportações mundiais totais (...) depois (atrás) apenas dos combustíveis, produtos químicos e automóveis. Para muitos países, a atividade turística é uma das principais fontes de receita e imprescindível para a geração de emprego e renda.” M. Tur (2010:24)

No Brasil, dado suas dimensões continentais, extenso litoral com mais de 7 mil Km de praias, clima tropical, belas paisagens naturais, razoável infra estrutura básica e rica diversidade biológica e cultural; faz do país uma nação com inúmeros atrativos e imensa potencialidade turística.

Outro fator positivo é que o Brasil esta gozando, desde o início do século XXI, de considerável e destacada estabilidade política, econômica, e social, vantagens que favorece a chegada, de cada vez mais, turistas estrangeiros e o aquecimento do mercado interno (denominado turismo doméstico).

Para demonstrar em números esse ambiente favorável de crescimento, o Brasil acompanhando a tendência mundial de expansão vem apresentando dados bastante expressivos. A Chegada de turistas estrangeiros em 2002 somou 3,8 milhões de pessoas, já em 2009 este montante foi de 4,8 milhões de pessoas, apresentando um crescimento de 26,32% neste período.

Neste cenário otimista, de expansão do turismo no mundo e no Brasil, fez com que autoridades governamentais demonstrassem maior atenção para à regulamentação da atividade turística e utilizá-lo como estratégia de desenvolvimento regional, que resulta na criação do Ministério do Turismo em 2003.

Outras ações dão sequência à estratégia, como a elaboração e implementação do **Plano nacional do Turismo**, que busca, planejar, estabelecer metas e alocar recursos para expansão da atividade, com participação de entidades representativas do setor como: **ABAV** - Associação Brasileira de Agências de Viagens; **ABBTUR** - Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo; **ABCMI** - Associação Brasileira de Clubes da Melhor Idade; **ABEOC** - Associação Brasileira de Empresas de Eventos; **ABETA** - Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura; **ABETAR** - Associação Brasileira das Empresas de Transportes Aéreo Regional; **ABIH** - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis; **ABLA** - Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis; **ABOTtC** - Associação Brasileira das Operadoras de Trens Turísticos Culturais; **ABR** - Associação Brasileira de Resorts; **ABRACAMPING** - Associação Brasileira de Campismo ; **ABRACCEF** - Associação Brasileira de Centros de Convenções e Feiras; **ABRAJET** - Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo; **ABRASEL** - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes; **ABRASTUR** -

Associação Brasileira de Cooperativas e Clubes de Turismo Social, as quais formam o Conselho Nacional de Turismo.

Neste sentido a regionalização do turismo passa ser o programa principal para seu desenvolvimento a partir de 2004, assim através do Plano Nacional de Turismo, são definidos **65 Municípios Indutores do Turismo**, eles são destinos consolidados e que estão sendo privilegiados com ações de qualificação de equipamentos e pessoas, através de maiores investimentos.

O estado de Goiás no centro oeste brasileiro possui vários destinos turísticos com as mais variadas atrações, prova disto é que dos 65 destinos indutores cinco estão em Goiás, são eles: Alto Paraíso, que abriga parte do Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros declarado (Patrimônio Natural da Humanidade- UNESCO); As cidades históricas do século XVIII de Pirenópolis e Cidade de Goiás (esta última Patrimônio Cultural da Humanidade- UNESCO); Caldas Novas, maior estância Hidrotermal do Planeta e a capital Goiânia com sua vocação para turismo de negócios e eventos.

Esse potencial traz para Goiás cerca de 2,6 milhões de turistas por ano, que representa pouco mais de 1,4% dos 180 milhões de turistas internos e externos, que circulam no Brasil anualmente. Neste sentido o Estado de Goiás, também programa seu Plano Estadual de Turismo, focando também na regionalização, dividiu-se o estado em regiões estratégicas e com características e territórios próximos.

Caiapônia, município do sudoeste de Goiás, com cerca de 20 mil habitantes (IBGE, 2009), tem relevo acidentado e cobertura nativa do cerrado, está situado na bacia do Rio Caiapó, afluente do Rio Araguaia. Essas condições naturais fazem de Caiapônia um destino propício para a prática do ecoturismo, vocação turística do município. Suas várias e belas cachoeiras, mirante do Morro do Gigante, são atrativos que expõem o seu grande potencial, porém, de incipiente atividade.

Caiapônia, que através do Plano Estadual de Turismo e regionalização turística do estado de Goiás, está inserida na região agroindustrial, juntamente com os municípios de Rio Verde, Chapadão do Céu e Serranópolis e mineiros. A união de municípios vizinhos que possuem características similares para a exploração turística é uma estratégia de criar circuitos e/ou pacotes integrados; esta integração intermunicipal, segundo Vaz (1999), estabelece que a relação entre esses municípios seja de interdependência, onde cada um contribui com seus potenciais

. E como o turismo pode interferir na cultura de Caiapônia? Em seguida buscaremos responder esta questão discutindo os aspectos sócio-culturais de Caiapônia e sua relação com o turismo.

Burns (2002; 75,76) analisa o conceito de cultura a partir de diversos autores, como Tylor (1981, opus cit Burns 2002), o qual define que “cultura ou civilização (...) é todo complexo que inclui conhecimento, crença, arte, lei moral, costumes e quaisquer outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como membro da sociedade”. Burns (2002) afirma que “cultura diz respeito à integração entre pessoas que (...) aprendem umas com as outras”.

Caiapônia, que apresenta origens culturais na agropecuária e população hegemonicamente católica, festividades e manifestações culturais como: folia de reis, a congada, a festa de exposição agropecuária e o artesanato local são influenciados por essas características e demonstram suas raízes culturais de origem rural.

Apesar desses aspectos culturais, não são eles que se apresentam como efetivos atrativos (produtos turísticos da localidade). Burns (2002; 78) afirma que “a cultura pode ser vista como um recurso comercial, especialmente a cultura percebida como singular ou incomum pelos atores, incluindo os especialistas em marketing turístico e planejadores”.

Freitas (2010), morador de Caiapônia e presidente da Associação dos Guias de Turismo da cidade, enumerou como principais festividades do município a folia de Reis, realizada anualmente na semana de janeiro, a festa do Divino, no início do mês de julho e Congadas, em

setembro, todas ligadas à religiosidades católica. Freitas aponta estas celebrações como atrativos turísticos, corroborando com Burns (2002).

Representante da Associação dos artesões, senhor Telvino (2010) em entrevista realizada no mês de abril afirmou que “durante a festa agropecuária de Caiapônia o estande dos artesões foi o mais visitado”; esta declaração do senhor Telvino demonstra o entendimento de que o artesanato local também é um produto turístico.

Considerando que Caiapônia possui potencial de expandir sua atividade turística, ampliando o quantitativo de visitantes, como esse processo pode se dar sem impactar negativamente na cultura e meio ambiente? De que forma um planejamento com vistas à sustentabilidade e o respeito à identidade local pode contribuir para o desenvolvimento desta localidade? Nas linhas seguintes procuraremos interdisciplinar a antropologia e o turismo buscando estabelecê-las como referência teórica para subsidiar um planejamento sustentável do município de Caiapônia.

Com o advento da globalização, as comunidades tradicionais que possuíam “significados compartilhados” hoje, na modernidade, transitam para “interesses compartilhados”, Beck (2006).

Esta reflexão coloca em xeque as tradições e identidade cultural das comunidades que ainda hoje possuem traços de comunidades tradicionais, como no caso de Caiapônia.

O turismo, sem um planejamento que busque amenizar os impactos negativos nas comunidades receptoras, pode ser o algoz da perda de suas características culturais. Burns (2002; 92) fala da necessidade “de um conhecimento mais profundo sobre as conseqüências da interação entre as sociedades que geram e que recebem turistas.

A antropologia do turismo traz fundamentos e métodos que propiciam justamente conhecer estas conseqüências entre a delicada relação de turistas e comunidade local. Burns (2002; 93) enumera alguns destes fundamentos:

“característica (o estudo de uma variedade de fenômenos em diferentes locais, sua *base comparativa* com o intuito de identificar tendências comuns);
um enfoque holístico (que leva em consideração os fatores sociais, ambientais e econômicos e as ligações entre todos os três);
e a busca de um nível mais profundo de análise (isto é, o que causa o turismo).”

A antropologia do turismo apresenta-se como ferramenta eficaz para aprender com o passado e evitar equívocos no presente, contribuindo com um planejamento sustentável.

A prática fenomenológica do turismo abordado com uma visão antropológica pode ser considerada como um ritual. Turner (1967;30) opus cit Burns (2002; 97) descreve a simbologia de um ritual

“na situação concreta de um ritual, com sua excitação social e estímulos fisiológicos diretos, como cantos, danças, álcool, incenso e vestuário bizarro, talvez possamos dizer que o símbolo do ritual efetua um intercâmbio entre seus pólos de significado. Normas e valores, por um lado, tornam-se saturados de emoção, enquanto as emoções mais básicas e rústicas são enobrecidas pelo contato com os valores sociais.”

Neste sentido, segundo Burns, o ato de viajar é o ritual e o local visitado o templo. Estudiosos da antropologia citados por Burns (2002) criticam a prática predatória e imperialista do turismo. Em relação a isto, Turner e Ash (1975; 129) opus cit Burns (2002; 99) afirmam que

“o turismo moderno é uma forma de imperialismo cultural, um perseguição interminável de diversão, sol e sexo, pelas hordas douradas de adoradores do prazer que prejudicam as culturas locais e poluem o mundo em suas buscas (...) O turismo é uma invasão, pelos centros metropolitanos altamente

desenvolvidos, das periferias “não-civilizadas”. Ele destrói incompreensível e inadvertidamente, já que não podemos imputar más intenções a milhões de pessoas ou mesmo a milhares de homens de negócios e empresários.”

Muitos são os exemplos que colocam o turismo como dominador e a comunidade receptora como dominada. Burns (2002; 100) fala ironicamente desta relação como *anfitriões e convidados*, “existem com frequência disparidades econômicas entre anfitriões e convidados que como no colonialismo, podem engenhar sentimentos de superioridade entre os que chegam”.

Apesar destas análises pessimistas acerca do turismo, Burns (2002;117) alerta para que não se tenha uma visão unilateral, maniqueísta, que coloque o turismo como um vilão “... temos muitas vezes uma forte sensação de que os autores estão julgando o turista considerando-o errado ou mesmo grosseiro: as culturas mudam constantemente, mesmo quando o turismo e os turistas não estão presentes”.

Esta afirmação é importante para desmitificar a tendência “apaixonada” de estudiosos em criminalizar apenas o turismo como aniquilador das culturas locais.

Se as raízes culturais não estão blindadas às mudanças, independentemente da intensificação da atividade turística, podemos então encontrar um ponto de equilíbrio entre esta delicada relação “de convidados e anfitriões”.

Finalmente, Burns (2002) vislumbra a possibilidade de construir esta relação de forma equilibrada de modo a afirmar que “é necessário uma solução, tanto para o bem-estar da indústria do turismo, como para o bem das comunidades anfitriãs, que suportarão o fardo do aumento do número de turistas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim consideramos que o desenvolvimento sócio-cultural e econômico de Caiapônia pode ser como alternativa o turismo seja ele cultural ou ecológico (por exemplo) dadas as condições objetivas como o seu constatado potencial justificados nas belezas naturais. Apesar de seus traços culturais frágeis e a incipiente atividade turística, Caiapônia pode ampliar sua exploração, sem excluir a população local dos bônus advindos de sua exploração desde que se faça de forma planejada buscando a sustentabilidade, visto que historicamente estas populações ficam apenas com o ônus e impactos negativos do turismo. Deve-se levar em consideração a antropologia do turismo como referência científica para compreender o fenômeno mediar conflitos e compartilhar experiências, não ensejando em erros ocorridos em outras localidades, de modo que possa acertadamente desenvolver-se e preservar sua cultura e identidade local.

REFERÊNCIA

BURNS, PETER M. **Turismo e Antropologia – uma introdução**, tradução dayse batista- são paulo chromos 2002

VAZ, Gil Nuno, **Marketing Turístico: Receptivo e Emissivo** – Pioneira Thomson, 1999 São Paulo.

BECK, Ulrich; *La sociedad del Riesgo*, tradução NAVARO, Jorge, Barcelona, 2006.

Plano Nacional de Turismo. Disponível em:

http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/plano_nacional/index.html acessado dia 05/07/2010

Estatísticas Básicas de turismo 2007. Disponível em:

http://www.joaopessoa.pb.gov.br/secretarias/setur/dadosestatisticos/estatisticas_turismo.pdf acessado dia 05/07/2010