

# Turismo de Base Comunitária e Patrimônio Cultural Imaterial no Nordeste Brasileiro

Dos Santos, Nicolau Gabriela e Gabrielli, Cassiana Panissa

## Resumo

Este artigo pretende contribuir com a discussão acerca da complexa ligação entre os chamados Bens Culturais Imateriais com o Turismo. Para isso, num primeiro momento, abordaremos a perspectiva da UNESCO acerca da aproximação do turismo com o patrimônio cultural imaterial contrastando-a com análises antropológicas advindas, em grande escala, da Antropologia da Performance (Anderson, 1982; Schechner, 1985) e da Antropologia do Turismo (Augustín Santana, 2009; Grunewald, 2002). Num segundo momento, analisaremos a configuração de alguns roteiros do chamado Turismo de Base Comunitária (TBC) e a utilização, por parte destes, de saberes étnicos circunscritos em modos tradicionais de vida e organização social nos estados do Ceará e Sergipe, na região nordeste do Brasil. Na última etapa, se detalhará a metodologia adotada pelo Instituto de Pesquisas em Tecnologia e Inovação (IPTI), uma entidade privada sem fins lucrativos, quando da elaboração do Plano de Gestão Participativa do Turismo no município de Santa Luzia do Itanhhy (SE), realizado em 2011, com o apoio do Ministério do Turismo.

Palavras-chave: Patrimônio cultural imaterial; Antropologia; Turismo de base comunitária.

## Entendendo o turismo

Para entender a perspectiva da UNESCO com relação à conjugação do Turismo com o Patrimônio Cultural Imaterial (PCI), e sua evolução ao longo do tempo, utilizaremos como referência uma série de apostilas que foram disponibilizados pelo Centro Regional para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial da América Latina (CRESPIAL), quando da oferta do Curso Virtual sobre Registro e Inventário do Patrimônio Cultural Imaterial, em 2010.

Primeiramente, tentaremos delimitar um conceito para o que entendemos ser o Turismo. Para tanto, utilizaremos a definição de Oscar de la Torre (1992), segundo o qual o Turismo deve ser entendido como um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupo de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas interrelações de importância social, econômica e cultural.

Se, para De la Torre, o turismo pode entendido como um fenômeno social causado pelo deslocamento das massas, para o espanhol Luis Fernández Fúster (1974) o Turismo envolve, também, os fenômenos e as relações que esta massa produz em

consequência de suas viagens. Para este, além de ser o conjunto das organizações privadas ou públicas que surgem para fomentar a infraestrutura e a expansão do núcleo, as campanhas de propaganda, todo o equipamento receptivo de hotéis, agências de viagens, transportes, espetáculos, guias-intérpretes, o Turismo é, também, os efeitos negativos ou positivos que se produzem nas populações receptoras.

Nos interessa destacar o Turismo como um fenômeno social e analisar as interrelações sociais, econômicas e culturais – tão intimamente ligadas e difíceis, senão impossíveis, de serem entendidas separadamente – geradas em função do desenvolvimento do turismo em localidades estudadas pelas autoras.

Mario Beni (2004) aponta como efeitos positivos do turismo: o desenvolvimento da criatividade em vários campos; a promoção do sentimento de liberdade mediante a abertura ao mundo; estabelecimento ou extensão de contatos culturais; a promoção da difusão de informações sobre uma determinada região ou localidade, seus valores naturais, culturais e sociais; a integração social e incremento (em determinados casos) da consciência nacional e a abertura a novas perspectivas sociais como resultado do desenvolvimento econômico e cultural da região.

Dentre os efeitos negativos, Beni destaca: a degradação e destruição dos recursos naturais; mudanças nos padrões de produção e consumo da população local; precariedade na oferta de serviços à parte significativa da população local; desintegração do território / comunidade; dependência do turismo em função da substituição de outras atividades econômicas / tradicionais etc.

Problematizaremos, a seguir, sob uma perspectiva antropológica, aspectos referentes ao estabelecimento ou extensão de contatos culturais, as mudanças nos padrões de produção e consumo da população local e a dependência do turismo em função da substituição de outras atividades econômicas / tradicionais.

Enquanto objeto de estudo, o tema referente às interações sociais entre turistas e hospedeiros, em pequenas comunidades, passa a interessar a antropologia a partir das décadas de 1960 e 1970; em especial a partir da década de 70, quando passam a ser estudadas e sistematizadas. Desde então, o interesse crescente por parte dos turistas por sociedades em recônditos da Terra, a procura pelo outro, pelo diferente, pelo exótico (que na verdade é buscado desde o início das jornadas turísticas) passou a ser objeto de análise das ciências sociais, assim como os efeitos provocados pelo encontro do turista com o “outro”.

Voltaremos a abordar esse tema mais adiante.

## O Patrimônio Cultural Imaterial (PCI) e sua Problemática Relação com Turismo

Por Patrimônio Cultural Imaterial entende-se os usos, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – junto com os instrumentos, objetos, artefatos e espaços culturais que lhes são inerentes – que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos, reconheçam como parte integrante de seu Patrimônio Cultural. Transmitido de geração em geração, o PCI *é recriado* constantemente pelas comunidades e grupos em função de seu entorno, sua *interação* com a natureza e sua história, infundindo um sentimento de identidade e continuidade e contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana (UNESCO, 2003<sup>1</sup>).

De acordo com a UNESCO, o PCI se manifesta em diferentes âmbitos, a saber: tradições e expressões orais<sup>2</sup>; as artes do espetáculo, representação<sup>3</sup>; usos sociais, rituais e atos festivos; conhecimentos e usos relacionados com a natureza e o universo e técnicas artesanais tradicionais.

No Brasil, a classificação adotada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) compartimenta o PCI em **Saberes**: conhecimentos e modos de fazer enraizados na vida cotidiana das comunidades; **Formas de Expressão**: manifestações literárias, musicais, plásticas, cênicas e lúdicas; **Celebrações**: rituais e festas que marcam a vivência coletiva do trabalho, da religiosidade, do entretenimento e de outras práticas da vida social e **Lugares**: mercados, feiras, santuários, praças e demais espaços onde se concentram e reproduzem práticas culturais coletivas.

De acordo com o conteúdo teórico presente no material fornecido pela UNESCO/CRESPIAL quando da oferta do Curso Virtual sobre Registro e Inventário do PCI, uma das principais premissas diz respeito à noção de que o *valor* do patrimônio não radica em seu caráter expressivo formal, mas em sua *dimensão simbólica*. Neste sentido, constituiriam o sustento e a razão de ser do patrimônio imaterial, conhecimentos e saberes ancestrais, relações sociais, usos e representações simbólicas, toda uma trama complexa de sentidos, de relações sociais e culturais.

Mediante o exposto, observa-se uma eleição clara da UNESCO pela perspectiva antropológica de análise do chamado patrimônio cultural. Esta eleição se evidencia igualmente quando adota a pesquisa de campo como método privilegiado para as

---

<sup>1</sup> Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial, Paris.

<sup>2</sup> Incluído o idioma como veículo do patrimônio cultural imaterial.

<sup>3</sup> Manifestações coletivas que têm um caráter cênico e se executam para ser mostradas a uma comunidade e a sociedade em geral, mas que ao mesmo tempo dotam de identidade a comunidade ou o grupo ao qual estejam vinculadas

ações práticas de Registro<sup>4</sup> (IPHAN, 2006b, p. 22) dos bens inventariados, que incluem as etapas de levantamento preliminar, identificação e documentação.

A UNESCO ressalta ainda, como características intrínsecas do Patrimônio Cultural Imaterial, seu aspecto *mutante* e *dinâmico*, enfatizando, por isso, ser necessário que se atente aos diferentes fatores de transformação e que se detecte processos de mudança ou alteração, os quais não respondem à dinâmica própria das comunidades ou grupos, mas respondem a agentes externos ou imposições de fora.

Entendemos que o Turismo, tal qual figura em grande parte dos textos que abordam sua inserção e expansão em comunidades tradicionais, pode ser entendido como uma das “formas de imposição desde fora”. Perceber, entretanto, a forma de experiência turística caracterizada pela promoção do outro nos parece de extrema relevância na medida em que isso tem se configurado não apenas como alternativa econômica valiosa para as comunidades turísticas quanto para a própria revitalização cultural de manifestações esquecidas, adormecidas.

Antes de entrar no âmago desta discussão, gostaríamos de analisar alguns extratos encontrados no material ofertado no Curso Virtual sobre Registro e Inventário do Patrimônio Cultural Imaterial. A princípio, mais especificamente na década de 1970, como expôs a Convenção de 1972 – que reforçou as políticas de conservação do patrimônio e se converteu na norma de referência obrigatória para incluir as políticas de conservação –, o turismo era visto como um instrumento de desenvolvimento e sua conjugação com o patrimônio cultural parecia ser vista ainda com bons olhos<sup>5</sup>.

O crescimento do turismo nas décadas seguintes, no entanto, e a incorporação de manifestações tradicionais diversas nos roteiros turísticos, geraram, aparentemente, receio por parte da UNESCO, como se verifica no extrato abaixo:

Se bem o turismo pode contribuir a reavivar as artes do espetáculo tradicionais e dar um “valor de mercado” ao patrimônio cultural imaterial, também pode ter um efeito deformante, já que freqüentemente as representações se encurtam para mostrar uma série de “cenas culminantes” adaptadas para responder à demanda turística. Com frequência as formas artísticas tradicionais se convertem em produtos de diversão, com a conseguinte perda de importantes formas de expressão comunitária.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Corresponde à identificação e à produção de conhecimento sobre o bem cultural. Isso significa documentar, pelos meios técnicos mais adequados, o Patrimônio Imaterial: legislação e políticas estaduais, o passado e o presente da manifestação e suas diferentes versões, etc.

<sup>5</sup> Módulo I, Sessão 1, p.10.

<sup>6</sup> Módulo I, Sessão 2, p.11.

Em que medida a adaptação de formas artísticas tradicionais para o consumo turístico implica em perda de importantes formas de expressão comunitária? Em todos os lugares em que o turismo se apresente o risco seria o mesmo para cada manifestação encontrada pela massa? O que a UNESCO entende como “efeito deformante”, aparentemente, encontra paralelo com o que alguns autores da literatura sobre Antropologia do Turismo<sup>7</sup> chamam de “teatralização da cultura”, artifício não necessariamente recriminável, uma vez que, contemporaneamente, diversos agentes sociais se utilizam do turismo para sua sobrevivência, ou para a sobrevivência de sua renovada forma de expressão.

No extrato a seguir percebemos a “importância” do turismo a partir de seu viés econômico ou a inestimável “ajuda financeira” oferecida pelos visitantes aos organizadores de festas e bailes populares:

Muitas comunidades registraram uma participação crescente de turistas em seus acontecimentos festivos e, ainda que essa participação possa ter aspectos positivos, as festividades sofrem muitas vezes as mesmas conseqüências que as artes tradicionais do espetáculo. A viabilidade dos usos sociais e os rituais, e em particular dos acontecimentos festivos, pode depender também do contexto socioeconômico geral. Os preparativos, a elaboração de fantasias e máscaras e os gastos com os participantes costumam ser muito caros, e em momentos de crises econômica nem sempre podem ser custeados.<sup>8</sup>

Verificamos que em grande parte da literatura acerca do tema em questão encontra-se, por parte dos autores, uma visão negativa sobre as transformações ocorridas em manifestações locais em função de sua exploração ou utilização pelo turismo. De acordo com esta perspectiva, o desenvolvimento turístico levaria os nativos de pequenas cidades hospedeiras a abandonarem um modo de vida tradicional e independente do capitalismo global para inserir-se em negócios locais incrementados pelo turismo. Sem negar a importância destes estudos para a construção de um olhar crítico acerca do fenômeno turístico em toda sua complexidade, Grunewald (2003) destaca uma “perspectiva mais produtiva” que reforça a etnicidade promovida entre certas populações como um reforço de certas tradições que passaram à condição de chamariz turístico, participando da perspectiva do desenvolvimento local do turismo.

Às páginas 11 e 12 da Sessão 3, do Módulo I, destaca-se um extrato da Convenção que reza: “Alentar-se-á todas as partes a zelar especialmente para que as atividades de sensibilização não tenham como conseqüência (...) fomentar uma

---

<sup>7</sup> Grunewald (2003) e Yázigi (2009)

<sup>8</sup> Módulo I, Sessão 2, p.15.

comercialização excessiva ou um turismo não sustentável, que poderia pôr em perigo o devido patrimônio cultural imaterial”. Mais uma vez, em meio a outros fenômenos ou “efeitos da mundialização”, como as emigrações, o desenvolvimento do individualismo, a generalização da educação formal, a influência crescente das grandes religiões mundiais, o turismo é destacado.

Note-se que ao mesmo tempo em que valoriza e enfatiza a dinamicidade do patrimônio e sua ressignificação, a UNESCO se mostra conservadora em perceber ou admitir que as mudanças de significado sofridas por algumas manifestações tradicionais em lugares específicos podem ter surtido efeitos positivos, a pelo menos uma parte dos atores sociais envolvidos com tais práticas.

Não se percebe no discurso oficial da organização, igualmente, nenhuma menção à etnicidade como lugar ou espaço necessário a partir do qual as pessoas falam (Grunewald, 2003). De forma semelhante, passam ao largo do conteúdo teórico dos textos oferecidos no curso, perspectivas oriundas dos estudos culturais como os de Stuart Hall (1991) acerca das identidades fragmentárias, que emergem com segmentações internas, não conseguindo operar como totalidades. Em nenhum momento as transformações vivenciadas pelas manifestações tradicionais são pensadas como “novas etnicidades, novas comunidades em posições subalternas que tentam falar de si mesmas contra o mundo anônimo e impessoal das forças globalizadas presentes na diversidade do mundo pós-moderno”.

Ao mesmo tempo que privilegia o método antropológico em todas as etapas do Registro (inventário e documentação), a Organização ignora algumas das premissas básicas da Antropologia da Performance, encabeçada por autores como Victor Turner (1988) e Richard Schechner (1985), que, igualmente, identificam: audiências turísticas estão modificando performances em todos os lugares do mundo. A pergunta mais apropriada a ser feita diante do exposto nos parece ser: Como? De forma bastante simplificada, os antropólogos que se dedicaram a estudar eventos performáticos em todo mundo atribuem as mudanças sofridas pelas performances à mudança na audiência, e problematizam: O que acontece quando performances são apresentadas para uma audiência que não sabe nada do contexto social e religioso que está vendo?

Segundo entendemos, as respostas podem ser tão variadas quanto o contexto específico em que cada uma se desenrola. Daí a importância de que cada caso seja estudado levando em consideração o contexto histórico, social, político e econômico local assim como os diferentes graus de interação com o turista.

Podemos usar como exemplo o competente trabalho realizado por Michelle Anderson (1982) no Haiti. Ao estudar o *voodoo* naquele país, a antropóloga percebeu que, em resposta ao interesse turístico pela manifestação religiosa local, a

comunidade havia adaptado o ritual original, que se mantendo o mesmo, era apresentado em três formas distintas: *Mariani*, *Jacmel* e *Nansoucri*. Anderson constatou que a primeira forma, teatral/comercial, observada em Porto Príncipe, onde o fluxo de turistas é alto, era apresentada “apenas” para turista. A segunda forma, social/teatral, foi observada em Jacmel, uma cidade pequena no sul do país, onde o fluxo turístico havia apresentado um boom recente, tinha um caráter mais comercial e era apresentada tanto para haitianos quanto para os turistas. Já a terceira forma, entendida pela pesquisadora como ritual/social, se desenvolvia numa cidade onde o fluxo turístico era quase inexistente, e era apresentada “apenas” para haitianos. Anderson concluiu que as três formas, tomadas juntas, compunham o autêntico *vudu*: “o que faz estas mudanças e o que mantém o *vudu* ‘vivo’ é a audiência cambiante”. “E é o que pode vir a matá-lo também”, acrescenta Schechner, que reconhece o fato de que pode haver mais mudança do que pode absorver um gênero antes de que deixe de ser ele mesmo.

Cabe aqui alinhar o que pontuam os autores acima com o que Grunewald (2003) descortina: quando uma etnicidade se alavanca em face do turismo, isso não quer dizer que os limites da comunidade sejam coincidentes com os da arena turística. Ou seja, nem todos os nativos estão engajados na etnicidade para o turismo. Os que estão, na visão do autor, acabam formando uma outra comunidade, a turística, que, por se constituir e apresentar por linhas étnicas, pode ser chamada de etnoturística.

Veremos a seguir como as identidades, étnicas ou não, vêm se apropriando, no Brasil, do turismo, de forma a favorecer interesses sociais, numa perspectiva de inclusão, associativismo e desenvolvimento sustentável.

### **O Turismo de Base Comunitária (TBC) e os Roteiros no Nordeste do Brasil**

De maneira geral, o Turismo comunitário pode ser entendido como uma atividade turística que apresenta gestão coletiva liderada pela comunidade, transparência no uso e destinação dos recursos e na qual a principal atração turística é o modo de vida da população local. Nesse tipo de turismo, a comunidade é proprietária dos empreendimentos turísticos e há a preocupação em minimizar o impacto ambiental e fortalecer ações de conservação da natureza.

Segundo Carlos Maldonado (2009), especialista da Organização Internacional do Trabalho e coordenador da Rede de Turismo Sustentável da América Latina (RedTurs), por Turismo Comunitário entende-se toda forma de organização empresarial sustentada na propriedade e na autogestão sustentável dos recursos patrimoniais comunitários, de acordo com as práticas de cooperação e equidade no trabalho e na distribuição dos benefícios gerados pela prestação dos serviços turísticos. A característica distinta do turismo comunitário é sua dimensão humana e

cultural, vale dizer antropológica, com objetivo de incentivar o diálogo entre iguais e encontros interculturais de qualidade com os visitantes, na perspectiva de conhecer e aprender com seus respectivos modos de vida.

Segundo o Ministério do Turismo brasileiro (MTur), as experiências de Turismo de Base Comunitária no Brasil datam de meados dos anos 1990, e foram organizadas independentemente de ações públicas. Com a criação do Ministério do Turismo, em 2003, as iniciativas de TBC são reconhecidas pelo órgão como um fenômeno social e econômico em algumas regiões do país, por meio de organizações não governamentais e pesquisadores do tema, como porta-vozes das iniciativas de TBC.

Nos anos de 2006 e 2007, tanto representantes das iniciativas de TBC como pesquisadores do tema demandaram do poder público uma ação mais articulada, com o reconhecimento do Turismo de Base Comunitária. A intensificação do diálogo entre áreas do MTur com órgãos do Governo Federal, academia e projetos resultou na decisão de apoiar o desenvolvimento do TBC por meio de um processo seletivo de projetos, com a elaboração de um Edital de Chamada Pública de Projetos de Turismo de Base Comunitária, lançado em 2008, com o objetivo de conhecer e apoiar o desenvolvimento das iniciativas com esse perfil em todo o País.

Esta decisão considerou, do ponto de vista da oferta, a expansão de bens e serviços e a gestão da atividade turística nos territórios, sob responsabilidade das comunidades locais. Do lado da demanda, pesquisas nacionais e internacionais apontavam o interesse crescente dos turistas pela vivência de experiências, convívio com culturas diferentes, ambientes preservados, crescente segmentação e fragmentação das viagens, que apontavam para a potencialidade das iniciativas de TBC no país.

Através do edital, 50 projetos distribuídos em 19 estados brasileiros foram aprovados. O Projeto da Rede Tucum foi um deles, pioneiro na área de turismo comunitário no Ceará. Abrangendo comunidades do estado, localizado no nordeste do Brasil, a Rede oferece para os mercados nacional e internacional um produto turístico projetado para a interação entre povos e culturas, atento a proteger e valorizar culturas e territórios, economicamente integrado às atividades tradicionais e com a finalidade de produzir recorrentes benefícios à toda a comunidade.

Atualmente, a Tucum conta com a participação de dez comunidades costeiras, entre indígenas, pescadores e moradores de assentamentos rurais, dois pontos de hospedagem solidária em Fortaleza, além de duas ONG's que fazem o apoio institucional à rede - Instituto Terramar (Brasil) e Associação Tremembé (Itália).

A Rede busca o fortalecimento da proposta de turismo comunitário, oferecendo belas paisagens aliadas ao compromisso social. Juntas, cada comunidade se fortalece, fomentando a troca de experiências e a cooperação, tendo em vista o compartilhamento de saberes e a construção de estratégias coletivas de superação dos desafios a serem enfrentados.



Interessa-nos, neste momento, destacar a relevância que a etnicidade assume nos roteiros da Rede Tucum, assim como o protagonismo que, de certo modo, é dado às minorias e causas sociais diversas no desenvolvimento dos produtos turísticos.

No material utilizado para levantamento de dados referentes aos destinos oferecidos pela Rede Tucum<sup>9</sup>, sobressaem-se os termos *exploração, resistência, luta e desigualdade*. O que pretendemos nesta última etapa do artigo é descortinar casos concretos em que o turismo, diferentemente do que em geral se destaca no material acadêmico sobre o tema, tem sido explorado conscientemente por comunidades que se apropriam e valorizam aspectos étnicos e identitários para mostrá-los aos seus visitantes.

Para além da preocupação com o bem estar do turista e da oferta de cenários paradisíacos – já amplamente conhecidos e comercializados aos turistas internacionais –, no Ceará, em cada roteiro comercializado, uma luta, uma vitória, um conflito se descortinam, transformando-se em repertório a ser defendido, lembrado e contado aos visitantes.

Em Ponta Grossa, um dos destinos de TBC do Ceará, por exemplo, conta-se que o direito de permanecer na terra foi conquistado ainda nos anos 90 e que a venda das propriedades ali é terminantemente proibida, revelando uma importante luta travada entre a reforma agrária e as atividades econômicas ligadas à especulação imobiliária e à carcinicultura.

Em Tremembé, outro destino cearense, os serviços turísticos são gerenciados por uma ONG que utiliza a renda gerada com a pousada no fomento de projetos sociais na região. No assentamento Coqueirinho, hortas orgânicas, sistemas agro-florestais, apiário e bancos de sementes são atrativos turísticos. Em quase todas as comunidades a história se repete: conquista de reservas extrativistas, criação de cooperativas, exploração do meio tradicional de vida como principal atrativo, pesca artesanal, agricultura familiar, artesanato e folclore.

É interessante ainda apresentar a experiência de turismo comunitário realizada em Nova Olinda, na região do Cariri cearense. Diferentemente das demais comunidades relacionadas à rede TUCUM, Nova Olinda se localiza no sertão semi-árido, em uma localidade até então pouco explorada turisticamente.

## **Metodologia de implantação do Turismo de Base Comunitária no Estado de Sergipe**

---

<sup>9</sup> Série Turisol de metodologias. Turismo comunitário rede cearense de turismo comunitário. Tucum.

Finalmente, abordaremos a experiência de implantação do Turismo de Base Comunitária no Estado de Sergipe, que aconteceu entre os meses de Fevereiro e Dezembro de 2011, em dois municípios situados no litoral sul de Sergipe: Santa Luzia do Itanhy e Estância.

De maneira semelhante ao projeto da Rede Tucum, a experiência em Sergipe aconteceu graças ao Convênio firmado, em 2010, entre o Ministério do Turismo e o Instituto de Pesquisas em Tecnologia e Inovação (IPTI), uma entidade privada sem fins lucrativos, em parceria com a secretaria de Turismo do Estado de Sergipe. Nesta ocasião, foi proposto ao Ministério a elaboração do chamado Plano de Gestão Participativa do Turismo do Município de Santa Luzia do Itanhy, do qual a autora deste artigo, Gabriela Nicolau, participou como consultora.

Inicialmente, utilizou-se como metodologia a pesquisa bibliográfica e o trabalho de campo. As visitas *in loco* realizadas ao longo de uma semana foram utilizadas como método para entender aspectos da dinâmica local do município de Santa Luzia do Itanhy.

Com o suporte do material bibliográfico foram identificados 14 coletivos, que configuraram a chamada “rede de agentes beneficiários do plano”. A saber: Pescadores; Agricultores; Líderes comunitários; Assentados rurais; Chefes e integrantes de grupos artísticos (Reisado e Samba de Coco); Associação das Mulheres; Sindicato de professores; Agentes do poder público; Agentes de saúde; Proprietários de fazendas históricas; Líderes religiosos; Representantes/líderes dos povoados mais distantes da sede; Representantes da Reserva Ambiental da Mata do Crasto; Representantes do *trade* (donos de restaurante, meios de transporte, meios de hospedagem).

Para aproximar-nos dos coletivos identificados, foi elaborado um questionário que buscava identificar, dentre outros aspectos, a qualidade de vida dos agentes; as atividades desenvolvidas pelos mesmos; aspectos positivos e negativos do local onde viviam; a idéia que possuíam acerca do cooperativismo e de sua importância; sugestões para melhorar as condições em que viviam; abertura e predisposição a trabalhar com o turismo e, finalmente, o grau de interesse em participar das oficinas e a disponibilidade de tempo para participar das mesmas. O questionário serviu de suporte para a realização de 31 entrevistas semi-dirigidas direcionadas a dois membros de cada um dos coletivos acima mencionados.

Aproveitando a oportunidade de contato com estes atores, a cada entrevistado era entregue um convite com informações básicas acerca das Oficinas de sensibilização e mobilização que seriam realizadas na etapa seguinte, com uma breve descrição do conteúdo programático, datas, horário e o local de realização.

Como parte da metodologia desenvolvida para a etapa inicial, uma câmera fotográfica descartável foi entregue a cada entrevistado, que era solicitado a fotografar três coisas “boas” e três coisas “ruins” de seu dia a dia. As câmeras fotográficas foram recolhidas pela equipe poucos dias depois. Após reveladas, as

fotografias foram utilizadas na Oficina numa dinâmica que pretendia diagnosticar os principais pontos fortes e fracos existentes na região e que, possivelmente, exerceriam influências diretas ou indiretas no desenvolvimento do turismo na localidade.

Uma vez analisados os dados levantados nesta primeira etapa, teve início o processo de elaboração dos conteúdos técnicos para as oficinas, que ocorreram ao longo do mês de Abril de 2011. O conteúdo técnico obedeceu os temas propostos no Termo de Referência: Turismo e desenvolvimento local; Turismo de base comunitária; Programas e projetos de turismo (nacional e estadual) relacionados à região turística do projeto; Governança no turismo local; Iniciativas de sucesso no desenvolvimento turístico local (participativo, cooperado) e organização local para o desenvolvimento turístico.

Após as oficinas teve início a etapa de diagnósticos participativos e workshops de roteirização. A metodologia utilizada incluiu visitas, análise e avaliação dos principais pontos turísticos levantados na Oficina por parte dos beneficiários do projeto na etapa de sensibilização e mobilização. A participação da comunidade local nos workshops de roteirização era gratuita e não houve nenhum tipo de restrição à entrada de interessados.

De forma geral, o público, composto por aproximadamente 20 pessoas, era formado por agricultores familiares, pescadores, donos de restaurantes, artesãos, gestores públicos e líderes comunitários em geral. Ao todo, foram destacados 15 atrativos no município de Santa Luzia do Itanhy, que se encontravam distribuídos por quatro povoados distintos.

A ideia dos diagnósticos participativos, alicerçada na visita a cada um dos atrativos levantados pela comunidade junto com os participantes das oficinas de sensibilização e mobilização, adveio da metodologia sugerida por Thaise Guzzatti, uma das idealizadoras do Projeto Acolhida na Colônia, no sul do Brasil<sup>10</sup>. No caso deste projeto, que serviu como referência e inspiração para a implantação das etapas iniciais do Plano de Gestão Participativa do Turismo do município de Santa Luzia do Itanhy, cada empreendimento (pousadas domiciliares e restaurantes) eram visitadas e avaliadas pelos próprios participantes ou beneficiários, que assim começavam a vislumbrar as necessidades de aperfeiçoamento dos serviços prestados.

Para a execução da etapa dos workshops de roteirização utilizou-se também a ficha de Avaliação e Hierarquização de Atrativos Turísticos, metodologia sugerida no Módulo Operacional 7 (Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo). A ficha classifica os atrativos em naturais, culturais, atividades econômicas,

---

<sup>10</sup> A Associação Acolhida na Colônia originou-se a partir do modelo *Accueil Paysan*, surgido no sul da França nos anos 80, na região de Grenoble. No Brasil, a experiência de desenvolvimento do agroturismo iniciou-se em 1999, nas encostas da Serra Geral (Santa Catarina).

realizações técnicas, científicas e artísticas e eventos programados. Por meio dela é possível analisar critérios indispensáveis à roteirização, ligados a cada atrativo, separadamente, tais como: grau de atratividade, acesso, infraestrutura, representatividade, interesse comunitário e estado da paisagem circundante.

Levando em consideração esta metodologia, as fichas eram preenchidas conjuntamente pelos agentes beneficiários.

A última etapa consistiu em inserir no roteiro apenas os atrativos que obtiveram as maiores notas atribuídas pelos participantes dos workshops. Tratavam-se, em geral, de atrativos que reuniam condições de ser visitados imediatamente e/ou num curto prazo de tempo, tendo em vista um valor baixo e/ou médio de investimento.

Após a sistematização de todas as informações referentes a cada atrativo visitado e avaliado, adotou-se a Análise SWOT. A observação de forças e oportunidades, fraquezas e ameaças, levou à elaboração de um plano de ações que destacou as iniciativas que deveriam ser tomadas num prazo curto, médio e longo de tempo, visando à regulamentação e qualificação dos serviços, equipamentos, mão de obra e infraestrutura que compunham o roteiro elaborado. Finalmente, o Plano Estratégico, entendido como a compilação e sistematização de todas as fases do projeto, resultou num relatório final, entregue ao Ministério do Turismo.

### **Considerações Finais**

Ainda em 2011, sob o governo da presidente Dilma Rousseff, a Polícia Federal desmantelou um suposto esquema de desvio de verbas do orçamento da União por meio de emendas parlamentares. Com essa descoberta, não apenas o então ministro, Pedro Novais, é exonerado, como também a coordenadora geral de Projetos de Estruturação do Turismo em Áreas Priorizadas, Regina Cavalcante, responsável pelo repasse de verbas a todos os conveniados do Ministério. Desde então, os projetos de TBC no Brasil encontram-se desamparados pelo ministério. No caso do Plano de Gestão elaborado pelo IPTI, sabe-se que o pedido de verbas necessárias à sua continuidade e execução encontra-se hoje em tramitação em Brasília.

Para além das experiências aqui citadas, existem outras comunidades que têm trabalhado para a articulação do Turismo de Base Comunitária baseado em seu patrimônio cultural imaterial partindo de iniciativas particulares. No Ceará, por exemplo, tem-se a experiência da Fundação Casa Grande, que tem levado milhares de turistas por ano para a comunidade, contando com oferta de meios de hospedagem na área urbana do município e também na área rural. Fugindo, de certo modo, da relação com paisagens paradisíacas encontradas no litoral cearense, Nova Olinda se localiza na região do Cariri, com clima de sertão semi-árido.

Em meio a municípios com vocações turísticas diferenciadas, especialmente o turismo religioso em Juazeiro do Norte e Crato; o turismo científico em Santana do Cariri e o turismo cultural em Barbalha, Nova Olinda se destacou, sendo inclusive

escolhida como destino indutor na região pelo MTUR, justamente por conta do trabalho de valorização do patrimônio cultural imaterial desenvolvido, dentre outras iniciativas, por meio do turismo de base comunitária.

Na Fundação Casa Grande são oferecidos diversos cursos e atividades para crianças da comunidade local, contando com diversas oficinas, laboratórios, bibliotecas, teatro, além do Museu do Homem Kariri. Por conta dessa iniciativa, iniciou-se a oferta de hospedagem nas casas dos pais das crianças que frequentam a Fundação. No intuito de aproximar ainda mais a comunidade, os pais foram convidados também a gerirem o refeitório da Fundação, produzindo e comercializando refeições e lanches para os visitantes, e também a produzirem artefatos artesanais para serem vendidos na loja da Fundação.

Após a consolidação da estrutura receptiva, egressos dos cursos e oficinas organizaram roteiros na cidade que priorizam visitas a oficinas de artesãos que trabalham com couro, pedra cariri, renda, entre outros. Na área rural o destaque é a propriedade de Seu Zé Arthur, na qual se desenvolve a técnica de agrofloresta, tendo uma flora, atualmente, totalmente diferenciada das demais da região.

O saber e o fazer se sobrepõem como atrativos aos próprios materiais produzidos na localidade. A Fundação Casa Grande se tornou uma referência atraindo visitantes de diversas cidades do Brasil e do mundo estando diretamente relacionada à valorização dos produtos locais, possibilitando a inserção de diversos agentes beneficiários na cadeia produtiva do turismo. Esse projeto tem sido desenvolvido por iniciativa particular, contando com apoio de editais públicos e privados, mas sem estar diretamente atrelado a programas específicos do Ministério do Turismo ou outros.

Os exemplos da forma como o TBC tem sido planejado e desenvolvido nos estados do Ceará e de Sergipe, no nordeste brasileiro, visam demonstrar como a cultura, por meio do patrimônio imaterial, pode ser utilizada como um recurso turístico sustentável, possibilitando a integração de diversos setores da sociedade na atividade turística. E essa, por sua vez, pode, e deve, ser um agente ativo no processo de valorização das identidades culturais.

O apoio do governo, em diversas esferas, seja federal, estadual ou municipal, é, sem dúvida, necessário para que o turismo possa atingir sua plena capacidade de desenvolvimento e integração com a comunidade local. Porém, como é sabido, há limitações tanto de ações quanto de financiamentos públicos. Desse modo, iniciativas particulares também podem ser incentivadas, lembrando sempre que não devem, em nenhuma hipótese, serem incentivadas como única alternativa ao desenvolvimento local.

## **REFERÊNCIAS**

ANDERSON, Michelle (1982). Authentic Voodoo is Synthetic. *The Drama Review: TDR*, Volume 26, Number 2, Intercultural Performance (Summer, 1982, 89-110).

BENI, Mário Carlos. (2004). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo, SENAC.

BRASIL. Ministério do Turismo. (2007). *Plano Nacional de Turismo 2007-2010: uma viagem de inclusão*. Brasília: Ministério do Turismo, p.15.

CASTRO, Maria Laura Viveiros de. (2008). *Patrimônio imaterial no Brasil: Legislação e Políticas Estaduais*. Brasília: UNESCO, Educarte, p. 18.

DE LA TORRE, O. (1992). *El turismo, fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica.

FERNÁNDEZ FÚSTER, L. (1974). *Teoría y técnica del turismo*, vols I e II. Madrid: Nacional

GRÜNEWALD, Rodrigo de Azevedo (2003). Turismo e Etnicidade. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 9, n. 20, p. 141-159.

HALL, Stuart. (2004). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.

MALDONADO, Carlos. (2009). "O Turismo rural comunitário na América Latina." In: Bartholo, Sansolo e Bursztyn, *Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Rio de Janeiro: Letra e imagem, p.31.

Schechner, Richard (1985) *Between Theater and Anthropology*. Philadelphia: The University of Pennsylvania Press.

\_\_\_\_\_ (1988) *Performance Theory*. New York and London: Routledge.