

Identidade local, lazer e turismo: propostas de intervenção no turismo cultural da Metrópole Belo-horizontina¹

Rafael Frois²

Resumo: Este artigo é parte dos resultados alcançados no Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido na Escola Superior de Turismo da PUC-Minas. Teve como objetivo resgatar a história do bairro São Salvador na cidade de Belo Horizonte. Privilegia-se como método de coleta de dados a história oral de vida com recorte temático e a observação participante. Buscou-se analisar as permanências e mutações sofridas nos hábitos e costumes dos habitantes daquela localidade e suas conseqüentes contribuições para uma nova concepção de turismo cultural na metrópole Belo-horizontina. A partir deste estudo, pretende-se compartilhar com outros pesquisadores do turismo e áreas afins uma discussão sobre a possibilidade de interação cultural dos turistas com a vida cotidiana. Busca-se abrir para esta capital novas possibilidades de um turismo para além da arquitetura modernista de Oscar Niemeyer, onde o turista possa, deslocando-se para dentro dos bairros da cidade imergir na diversidade da cultura local.

Palavras Chaves: Identidade Local, Memória e Turismo Cultural.

Introdução

Projeto desenvolvido por mim no âmbito do bacharelado de turismo que buscou inicialmente reduzir a distância entre a academia e a população da Regional Noroeste da cidade de Belo Horizonte, em especial do bairro São Salvador e suas adjacências. Ao longo do projeto foi possível perceber que o trabalho ia além do resgate da história da localidade, perpassando por questões acerca da identidade local dentro de um centro urbano e sua conexão com a globalização, o turismo e a inclusão social.

¹ Este artigo é um dos desdobramentos das discussões realizadas na Monografia “A identidade Local e o Turismo nas Cidades Urbanas: Memórias do bairro São Salvador em Belo Horizonte”, sob a orientação da Profª Drª Andréa Casa Nova Maia, defendida em 26 de Novembro de 2007 para obtenção do título de bacharel em turismo.

² E-mail: froisturismologo@gmail.com

Com o desenrolar da pesquisa descobriu-se que resgatar a história do São Salvador, era resgatar a história da jovem Belo Horizonte. Analisar as permanências e mutações de um bairro que ora mantém características de uma cidade do interior de Minas, ora se comporta como os bairros mais urbanizados da metrópole.

O conflito entre o rural e o urbano, entre o moderno e o tradicional, entre o local e o global, ultrapassa a proposta de apenas contribuir para que o registro histórico da comunidade fosse feito. Mas favoreceu ainda a reflexão sobre o atual estágio dos bairros de Belo Horizonte, cidade que chega aos seus 110 anos diferenciando-se do ideal preconizado pelas elites de ordem republicana que a projetaram.

Belo Horizonte e sonho republicano: Premissas históricas

Fundada em 12 de Dezembro de 1897, e imaginada pelas “elites mineiras portadoras de uma ordem republicana” (BUÉRE apud PAIVA 1997, p. 67), a cidade de Belo Horizonte foi concebida para marcar a ruptura com o passado tradicional colonial, e nasce, sob o signo da recém proclamada Republica Brasileira, que “queria marcar o seu surgimento com um monumento totalizante “moderno”” (CEREZO apud PAIVA 1997, p. 121)

Sua comissão construtora, em sintonia com os mais recentes projetos urbanísticos europeus, planejou uma capital com lugares arejados, amplas e largas avenidas (BUERE apud PAIVA p. 68), de acordo com o modelo de Paris de Haussman (Paris – FRA), e L` Enfant (Washington - EUA).

O plano geral da Cidade comandado pelo Engenheiro Arão Reis, previa três zonas:

“A Urbana – dentro do perímetro da atual Avenida do Contorno, destinadas às repartições e às residências dos funcionários públicos, A Suburbana (Em torno da urbana, fora do perímetro da Contorno, para sítios e chácaras) e a Rural (a mais externa, para o cinturão verde destinada ao abastecimento da cidade)” (CEREZO apud PAIVA 1997 p.109).

O bairro São Salvador estava localizado nesta última zona, dentro do “celeiro agrícola” que, segundo CEREZO (apud PAIVA 1997), foi ocupado por pessoas que fugiam dos altos preços dos terrenos e das exigências urbanísticas impostas pela elite idealizadora da capital.

Esta elite previa um crescimento de “dentro” para “fora”, de forma que “os valores da área central sintonizados, com o modelo da urbanidade e civilidade dos países desenvolvidos se expandissem para as áreas periféricas” (LE VEM apud PAIVA, 1997, p. 75). O que não era uma tendência apenas da nova Capital Mineira, e sim, de todas as cidades que passaram pelo processo do novo urbanismo, como afirma BRESCIANNI (1987), como o que aconteceu com Londres e Paris. A população pobre vai sendo expulsa dos centros urbanos e instituições disciplinares começam a tentar remodelar as pessoas no novo espaço remodelado.

Acredita-se a proposta que concebeu a capital ruiu, uma vez que a cidade começou a crescer de “fora” para “dentro”, ao contrário do planejado³. Pessoas advindas do interior do Estado de Minas Gerais com hábitos, tradições, religiosidade, de pouca formação intelectual e com traços da herança colonial, promovem esta ocupação trazendo consigo valores totalmente avessos aos pregados pela elite “moderna” que fundou a capital. Estes valores são facilmente percebidos na medida que nos distanciamos para os bairros afastados do hipercentro.



Figura 1: Bairro São Salvador e o Hipercentro – Antiga Zona Urbana da Cidade
Fonte: Laboratório Cartografia Dep. Geografia PUC-Minas

O hipercentro das grandes cidades do mundo têm características bastante similares, como a presença de *shopping*, áreas revitalizadas – “espetacularizadas” e a presença de marcas globais que dificulta para o turista, principalmente o estrangeiro, entender os hábitos e costumes dos moradores da cidade visitada.

Pretende-se com este artigo contribuir e fortalecer as bases teórico-conceituais do chamado turismo de base local, em especial, no âmbito da identidade e da cultura local nos centros urbanos.

Turismo: Conceitos preliminares da principal atividade econômica do mundo

Em 2003 Reinaldo Dias afirmou que o turismo era o setor da economia que mais crescia no mundo, já tendo atingido o *status* de principal atividade econômica do mundo, superando setores tradicionais como a indústria petrolífera, automobilística e eletrônica. Quatro anos depois se têm notícias de que nunca houver tantas viagens internacionais. “O ato de atravessar a fronteira com intenção turística - o que pressupõe permanência acima de 24 horas e menos de um ano, foi repetido 824 milhões de vezes ao redor do mundo em 2006, deixando 710 bilhões de dólares nos lugares visitados” (OLIVEIRA 2007 p.19)

Definir o conceito de turismo na contemporaneidade se tornou uma tarefa de extrema complexidade, já que é um fenômeno que pode ser analisado sob várias ópticas⁴. O primeiro conceito de que se tem notícia na literatura epistêmica é a do austríaco Hermann Von Schullern Zu Schattenhofen, que dizia, em 1911, que “o turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente aqueles econômicos, que são manifestados na chegada, permanência e saída do turista de um determinado município, país ou estado” (SCHATTENHOFEN apud MELGAR, 2001 p.12)

Ernesto Melgar especialista em *Marketing* Turístico define o fenômeno como sendo um:

“Conjunto de atividades realizadas por uma pessoa em um lugar diferente daquele onde possui sua residência habitual, quando motivado por razões surgidas livremente e quando não sejam exercidas ações profissionais remuneradas diretamente por setores econômicos do lugar visitado” (MELGAR 2001 p.13)

⁴

Segundo Margarita Barreto existe atualmente 20 definições para o turismo e mais de 100 tipologias.

Para a Organização Mundial do Turismo (OMT) o turismo é a soma de relações e de serviços de uma mudança temporária e voluntária de residências, motivada por razões que não podem ser profissionais ou de negócios (OMT apud MELGAR p.12)

Segundo Margarita Baretto se fosse analisar o turismo segundo critérios de motivação, aparecem uma infinidade de possibilidades que podem ser agrupadas em duas grandes divisões: “O turismo motivado pela busca de **atrativos naturais** e o turismo motivado pela busca de **atrativos culturais**” (BARRETO, 2000, p.19) e é, este segundo agrupamento que irá nortear este trabalho, mais especificamente o turismo cultural. Segundo MAIA (2004), este conceito tem seu surgimento associado às viagens da burguesia européias no final do século XVIII. “Nessas viagens a burguesia européia experimentava o prazer da viagem e a descoberta local do outro” (MAIA, 2004, p. 21)

Percebe-se que mesmo com o turismo de massa, sendo o responsável pelos números fabulosos que colocaram o turismo no topo dos setores da economia mundial, o turismo cultural é uma prática do início da modernidade.

Turismo Cultural: O encontro com hábitos e costumes do outro

Para a Organização Mundial do Turismo, “o turismo cultural seria caracterizado pela procura por estudos, cultura, artes cênicas, festivais, monumentos, sítios históricos ou arqueológicos, manifestações ou peregrinações” (BARRETO, 2000, p.20). Neste trabalho este conceito será complementado pelo o conceito da OMT:

“entende-se por turismo cultural todo turismo em que o principal atrativo não seja a natureza, mas algum **aspecto da cultura humana**. Esse aspecto pode ser a história, o **cotidiano**, o artesanato ou qualquer outro dos inúmeros aspectos que o conceito de cultura abrange” (OMT apud BARRETO, 2000, p.20)

O conceito acima é o mais indicado para este trabalho, uma vez que pressupõe um tipo de turismo, onde o turista tenha como principal motivação **a história, o cotidiano, os hábitos de lazer e costumes da comunidade receptora**, em detrimento do consumo de paisagens e *souvenirs*. No caso deste trabalho a vida e o cotidiano das pessoas moradoras de um bairro, dentro de um grande centro urbano.

O turismo com base no legado cultural⁵, é aquele que tem como principal atrativo o patrimônio cultural, “os recursos podem ser bens tombados ou não, deste que apresentem características consideradas relevantes para a história e a cultura da localidade em que estão construídos. Entram neste rol prédios, monumentos, bairros, cidades e marcos arquitetônicos” (BARRETO, 2000, p.29). Além do patrimônio arquitetônico / material, também se tem elementos da cultura imaterial “chamada de simbólica pela antropologia, entre as quais podem ser citados, as danças, a culinária, o vestuário, a música, a literatura popular e a medicina caseira, que despertam interesses de turistas não institucionalizados” (BARRETO, 2000, p.29).

Ainda sobre turismo cultural Andréa Casa Nova Maia afirma que:

“O turismo cultural, propicia aos sujeitos emoções artísticas, científicas, de formação e informação nos diversos ramos existentes, em decorrência das próprias riquezas da inteligência e criatividade do homem (...) uma modalidade de turismo

⁵ Tradução da expressão inglesa *heritage based tourism*.

associada a motivações dos sujeitos em busca do desejo de encontrar-se com o outro e com si mesmos, com culturas outras (...) “não referenciado a mobilidade física, mas referenciado na experiência” (MAIA, 2004, p.21)

Percebe-se então que o turismo cultural é um fenômeno extremamente complexo. Conforme dito acima, a busca por emoções e pelo desejo de se encontrar com a cultura do outro, é a principal motivação. E não é encontrado no mero consumo de paisagens/atrativos ou *souvenirs* nos centros urbanos. Para este encontro acredita-se que se faz necessário o contato direto com os hábitos e costumes dos moradores da localidade facilmente encontrados nos bairros.

Lazer

Nas sociedades urbanas industriais o lazer é uma das modalidades de ocupação do tempo livre. Jofre Dumazedier (apud Camargo 1992), criador da chamada sociologia do lazer, o classifica como Físico, manual, intelectual, artístico e social – baseado no interesse cultural dos sujeitos.

Do ponto de vista antropológico a cultura é uma condição para a existência humana. E segundo Gomes 2003 o lazer representa uma das dimensões da cultura.

“O lazer é uma das dimensões da cultura socialmente construída a partir das ações, do tempo, do espaço/lugar e dos conteúdos culturais vivenciados, ludicamente pelos sujeitos. Constituído conforme as peculiaridades do contexto no qual é desenvolvido, o lazer implica em produção de cultura – no sentido da reprodução e transformação de diversos conteúdos culturais usufruídos por parte de pessoas, grupos e instituições” (GOMES, 2003 p.76)

O lazer público nas comunidades pode ser uma ótima oportunidade para o fortalecimento da prática coletiva em detrimento da individual. Acredita-se que ele pode influenciar no fortalecimento do sentimento de pertencimento e identidade de uma determinada comunidade.

A importância do entendimento do conceito de lazer neste trabalho se faz necessária já que sabemos que nos bairros de Belo Horizonte as manifestações simbólicas e eventos de

datas comemorativas têm poder de aglutinar e aproximação das pessoas para a prática coletiva e convívio social.

Para um turista que visita um grande centro urbano só é possível perceber os verdadeiros hábitos e costumes da população local, na medida que o mesmo adentrar dentro de seus bairros, em especial os do subúrbio. E é, cada vez maior o numero de turistas interessados na vida cotidiano de grupos sociais, afim de trocar experiências que ultrapassem a lógica do consumo imposta pelo capitalismo global.

Turismo de Realidade: Nova categoria do turismo cultural?

Ainda que seja um conceito de difícil acesso nos meios acadêmicos, o Turismo de Realidade ou o *Reality tour*, é uma nova tendência do turismo mundial. Se o categorizarmos dentro do turismo ele se aproximaria do turismo cultural, já que tem como principal motivação o contato com o outro, em alguns casos o contato **extremo** com a realidade de um determinado destino.

Agências de viagens já vendem pacotes para este seguimento de mercado. Como por exemplo a *Global Exchange* da cidade de São Francisco - Califórnia - Estados Unidos, o conceitua como uma viagem onde se possa estabelecer trocas globais para conhecer a realidade local.

“As excursões da realidade foram fundadas com a proposta de educar povos sobre como nós, individualmente e coletivamente, podemos contribuir com os problemas globais. **Não são simplesmente um tipo do voyeurismo.** As excursões da realidade oferecem aos participantes uma oportunidade de viajar a outros países para examinar uma situação. Isto dá ao indivíduo a possibilidade compreender culturas além de o que é comunicado pelos meios de comunicação de massa. O participante terá a possibilidade de aprender sobre culturas, encontrar-se com povos de várias etnias, e estabelecer relacionamentos significativos com os povos de outros países. Assim cada excursão procura estabelecer laços dos viajantes com os povos introduzindo os indivíduos às comunidades. “ (Global Exchange)⁶

⁶ Tradução Livre disponível em: <http://www.globalexchange.org/tours/faq.html>

Em Mumbai na Índia a mesma experiência vem sendo desenvolvida pela agência de turismo receptivo *Reality tour and travel* que prega a filosofia de que os ganhos com o turismo deva ser repartido, descentralizado com toda a cidade. E oferece roteiros para turistas não institucionalizados interessados em ir em espaços tradicionalmente excluídos dos roteiros oficiais.

Um exemplo é um roteiro dentro de uma das favelas da cidade objetivando que os turistas além de conhecerem as realidades destas localidades, se sensibilizem, apoiando os projetos sociais e gastando o que gastariam nos centros tradicionais comprando produtos de cooperativas de projetos sociais.

A cidade de Belo Horizonte por ser considerada referência em projetos sociais no Brasil poderia direcionar o fluxo turístico, daqueles que querem conhecer e apoiar iniciativas de cooperativismo e inclusão social.

Nesta modalidade de turismo, o turista consegue enxergar o contraste e as desigualdades sociais presentes nas cidades dos países em desenvolvimento, em especial das cidades latino-americanas. Educando e sensibilizando turistas para os problemas sociais globais.

Identidade local, lazer e turismo na metrópole Belo-horizontina

A identidade local, os hábitos e costumes de moradores dos bairros de Belo Horizonte podem permitir propostas de intervenção no turismo cultural na cidade, atraindo outros fluxos turísticos?

O turista não institucionalizado, ou melhor, o turista cultural, procura interagir com a cidade visitada, de modo a permitir melhor compreensão da cultura local. Acredita-se que para um melhor entendimento dos hábitos e costumes dos moradores de Belo Horizonte, o turista tenha que se **deslocar**, ou se **hospedar em bairros**, já que o hipercentro da cidade segue tendências globais, tendo pouco a acrescentar ao turista acostumado a viajar pelo mundo.

Além do contato direto com a realidade social e a cultura local, nos bairros, o turista encontrará modalidades simples e tradicionais⁷ de lazer que fogem da lógica do consumo

⁷ MAGNANI 2000 p. 31

capitalista, como rodas de samba, festas de batizado, casamento, torneios de futebol, quermesses, comemorações, rodas de samba e rituais religiosos.



Figura 2: Grupo de Congado “Os ciriacos” Festa Nossa Senhora do Rosário – 2006
Fonte: Acervo do Grupo Os Ciriacos

A “Barrização do turismo” além ser uma opção econômica para os viajantes, descentraliza o fluxo turístico podendo criar novas possibilidades de geração de emprego e renda nas comunidades. Este trabalho conseguiu identificar propostas e experiências do gênero nas cidades de Foz do Iguaçu e Fortaleza – Brasil, e Mumbai - Índia e Barcelona - Espanha.

Este novo tipo de turismo que visa mostrar “a real” da localidade visitada para os turistas também possibilita as populações tradicionalmente excluídas do processo, a aproximação com outras culturas.

O turismo solidário, ou seja, aquele onde o visitante se hospeda em casa de família, já é muito praticado fora do Brasil, sendo também uma possibilidade que, além de diversificar a oferta de meios de hospedagem, possibilita o contato direto com hábitos e costumes dos moradores de Belo Horizonte. Podendo inclusive ser uma das possibilidades de se trabalhar o turismo cultural na cidade, em especial durante a Copa do Mundo de 2014.

Considerações Finais

No turismo, observa-se uma nova sub-tipologia do turismo cultural, que vem sendo chamada de “turismo de realidade”. Os turistas estão cada vez mais interessados em conhecer o verdadeiro cotidiano da localidade. Os hábitos e costumes dos moradores em detrimento de experiências de contemplação de paisagens.

Ainda que Belo Horizonte tenha um dos melhores acervos da arquitetura modernista brasileira a cidade pode experimentar outros fluxos turísticos, baseados nesta nova tendência mundial. Para que este tipo de se torne realidade na cidade se faz necessário planejamento turístico estratégico, entre os quais destacaríamos:

A) Resgate e a sistematização das histórias e manifestações culturais dos bairros populares, afim de fortalecer a identidade local e a preservação dos hábitos e costumes; B) Ampliação do ensino de língua estrangeira a população carente, haja visto que o turista estrangeiro é o maior interessado nos hábitos e modos de vida das comunidades locais; C) Ampliação e divulgação do conceito de Lazer e Turismo para as comunidades carentes, já que existe equívocos entre o senso comum sobre o mesmo; D) Descentralização dos meios de hospedagem - hoje centralizado na Regional Centro Sul da Metrópole; E) Criação de redes de hospedagem solidárias nos bairros, como já vem acontecendo em outras metrópoles como o Rio de Janeiro; F) Melhorias na infra-estrutura urbana de trânsito que dê privilegio aos transportes coletivos de massa; G) Ampliação e descentralização dos recursos das leis de incentivo H) Organização do espaço urbano construindo equipamentos para práticas de lazer nos bairros dos subúrbios.

Este trabalho não tem como pretensão transformar os bairros de Belo Horizonte em pólos turísticos. Mas contribuir para reflexão junto a pesquisadores, empresários e gestores públicos, novas maneiras de se pensar o planejamento turístico, no âmbito do turismo cultural, a partir da valorização da vida cotidiana, dos hábitos e costumes dos moradores desta cidade.

Referências:

BARRETTO, Margarida. **Turismo e legado cultural**. Campinas: Papirus, 2000;

- BARROS, José Márcio. **Cultura Memória e identidade contribuição ao debate**. Caderno de historia de Belo Horizonte, vl 4 n° 5 pg 31-36 dez 1999;
- CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **O que é lazer**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1992;
- CEREZO, Flávio Lúcio Braga. IN PAIVA, Eduardo França (Org). **Belo Horizonte: Historias de uma cidade centenária**. Belo horizonte: Faculdades Integradas Newton Paiva, 1997;
- DIAS, Reinaldo. **Turismo Sustentável e Meio Ambiente**. São Paulo: Atlas 2003.
- GOMES, C. L.; MELO, V. A. Lazer no Brasil: **trajetória de estudos, possibilidades de pesquisa**. Revista Movimento. Porto Alegre, v.9, n.1, p.23-44, jan./abr. 2003.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- LE VEN, Michel IN PAIVA, Eduardo França (Org). **Belo Horizonte: Historias de uma cidade centenária**. Belo Horizonte: Faculdades Integradas Newton Paiva, 1997;
- MAIA, Andréa Casa Nova. PEREIRA, Valnei. **Imagem e memória na Estrada Real: documento a cultura entre o Serro e Diamantina**. 2004. Projeto de pesquisa - Pontificia Universidade Católica de Minas Gerais, Departamento de Comunicação Social
- MAGNANI, J.G.C. **Quando o campo é a cidade: fazendo antropologia na metrópole**. In: Magnani, J.G.C.; TORRES, L.L. (Orgs). Na Metrópole: Testos de Antropologia Urbana. São Paulo: EDUSP; Fapesp, 2000 p 14-53
- MELGAR, Ernesto. **Fundamentos de planejamento e marketing em turismo**. São Paulo: Contexto, 2001
- OLIVEIRA, Dutra. **A maior Indústria do Mundo**. Anuário Exame 2007-2008. São Paulo 19-22 Abril 2007;
- PEREIRA, Valnei; MAIA, Andréa Casa Nova; COUTO, Maria Paula Dias. **Espaço urbano e turismo: respresentações e ressignificações dos trajetos turísticos na metrópole de Belo Horizonte/MG**. 2004
- SIQUEIRA, Juliana. BH 100 anos: **Uma Lição da História**. Belo Horizonte: PBH – 1997;

Sítios:

<http://noticias.terra.com.br/jornais/interna/0,,OI1871081-EI8253,00.html> Acesso em 10 de Nov. de 2007

<http://noticias.terra.com.br/jornais/interna/0,,OI1871081-EI8253,00.html> Acesso em 10 de Novembro de 2007

<http://blogdaintegracao.blogspot.com/2006/12/bairrizao-do-turismo.html> Acesso em 11 de Nov. de 2007 Disponível em

<http://port.pravda.ru/sociedade/turismo/13730-1/#> Acesso em 11 de Nov. de 2007 acesso as 19:45hs

<http://oglobo.globo.com/viagem/mat/2006/11/06/286548308.asp> acesso em 11 de Nov. de 2007 as 22:11hs

<http://www.globalexchange.org/tours/index.html> Acesso em 11 de Nov de 2007. as 19:55hs