

**Espetáculos e performances culturais no turismo:
Reflexões sobre o Bumba-meu-boi em São Luís -Maranhão.**

Karoliny Diniz Carvalho¹

Wladimir da Silva Blós²

Resumo

O artigo objetiva analisar os processos de revigoração das culturas a partir do desenvolvimento do turismo cultural. Tendo como objeto de estudo as apresentações de grupos de bumba-meu-boi no evento institucionalizado Vale Festejar, na cidade de São Luís, Maranhão, discutem-se as principais modificações provocadas na dinâmica desta brincadeira a partir de sua incorporação ao circuito de produção e consumo turístico. Tomando por base pesquisa bibliográfica referenciada nos estudos de performance (SCHECHNER, 1985) e da restauração do comportamento (GOFFMANN,1995), busca-se compreender as novas formas de manifestação da cultura local para grupos de visitantes. Diante da pesquisa realizada, compreende-se que os espetáculos culturais, a exemplo do evento Vale Festejar, constituem-se remodelações das identidades diante de outros contextos e espaços sociais, e que incorporam no presente novas significações.

Palavras-chave: Turismo Cultural. Identidade. Performance. Bumba-meu-boi. São Luís do Maranhão.

¹ Mestranda em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC). Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (FAPESB). Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Email: karol27_turismo@yahoo.com.br

² Doutor em Antropologia Social pela Universidade de São Paulo (2007). Professor Adjunto da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC) e docente do mestrado em Cultura e Turismo. Email:wsblos@uesc.br

Introdução

A importância e a amplitude assumidas pelas viagens e pelo lazer na contemporaneidade conferem à atividade turística um caráter nitidamente dual. Nela, além de se considerar o caráter econômico, predomina um aspecto sócio-cultural, tendo em vista que subjaz a esse fenômeno um amálgama de interesses e necessidades variantes, conforme os diferentes contextos em que se enquadram grupos sociais distintos.

Assim, o turismo emerge ora como um fenômeno cooptador de acréscimo financeiro e de inserção social, ora como prática passível de ser empreendida em face do aumento substancial do tempo livre. Porém, à medida que se consolida a partir do maior desenvolvimento científico e tecnológico, o turismo também se vê compelido pela lógica de produção e distribuição dos bens materiais e imateriais engendrados pelo modo de produção capitalista. Ao mesmo tempo, o seu fomento surge em virtude de um novo padrão de consumo presente nas sociedades contemporâneas.

A redefinição das práticas culturais dos diferentes grupos sociais pela atividade turística suscita questões referentes à autenticidade dos eventos, festas e celebrações, a espetacularização das tradições e a ressemantização dos seus significados sob a égide da fragmentação ou dissolução das identidades globais. Surge ainda da necessidade de se compreender as mudanças nas práticas culturais enquanto resultado das diferentes formas de manifestação dos aspectos simbólicos experienciados pelos grupos sociais na sua vivência cotidiana e festiva.

O presente artigo objetiva analisar os processos de restauração das culturas e identidades ocasionados pelo desenvolvimento do turismo cultural, tomando por base os estudos de performance no âmbito dessa atividade. A partir da construção de um quadro conceitual proposto por autores que abordam a referida temática, buscamos tecer algumas reflexões sobre a prática do turismo nas sociedades contemporâneas.

Detendo-nos especificamente na manifestação cultural Bumba-meu-boi na cidade de São Luís- Maranhão, apresentam-se e discutem-se elementos de redefinição dos aspectos tradicionais do culto popular em apresentações institucionalizadas e performáticas para grupos visitantes, bem como as diferentes acepções que a apropriação do turismo ocasiona para os grupos folclóricos que re atualizam essa manifestação.

1. Cultura e turismo: revisitando identidades

A cultura em suas múltiplas interfaces constitui foco de interesse para diversas áreas de conhecimento, notadamente no ramo das Ciências Sociais, com destaque para a Antropologia, a História, e mais recentemente no contexto turístico. Tais abordagens centram-se, em geral, nas descrições etnográficas dos rituais, celebrações, festas religiosas e demais características intrínsecas aos fatos culturais e, sobretudo, privilegiam as transformações e impactos sofridos pelas manifestações populares a partir dos mecanismos de aculturação, dos fenômenos de comunicação de massa, assim como da padronização e universalização dos padrões culturais presentes na aceleração dos intercâmbios culturais, dos quais o turismo constitui-se parte integrante.

A busca pelos aspectos culturais reelaborados no cotidiano de comunidades específicas sempre fez parte das necessidades humanas, encontrando nas diversas formas de turismo um importante instrumento de legitimação. Segundo Goulart e Santos (1998, p. 19), o turismo cultural é apreendido como “[...] um fenômeno social, produto da experiência humana, cuja prática aproxima e fortalece as relações sociais e o processo de interação entre os indivíduos e seus grupos sociais, sejam de uma mesma cultura, ou de culturas diferentes”.

O turismo possibilita o compartilhamento e a troca de experiências entre visitantes e visitados a partir de elementos representativos do legado cultural de uma determinada comunidade (festas, eventos populares tradicionais, rituais, celebrações, modos de vida). A herança cultural preservada torna-se, assim, a principal motivação para esse grupo de consumidores, interessados em adentrar ao universo material e simbólico da cultura visitada como proposta de ampliação dos conhecimentos, aquisição de status, diferenciação social, aprendizado e educação.

No século XX, o turismo consolida-se nas sociedades, sendo influenciado pelas transformações políticas, culturais e econômicas oriundas do que se convencionou denominar revolução técnico-científico e informacional. Ainda, segundo Rejowisk (2002, p.87), “o período iniciado em 1950, constituiu-se em uma nova era cultural, onde a recreação e o lazer tiveram um impacto determinante na formação de uma moral coletiva ligada ao prazer”.

Essa cultura voltada para as massas estimula a valorização desenfreada dos signos, e induz o consumo indiferenciado de bens e serviços, no intuito de amortizar os conflitos

sociais. Dessa forma, o consumismo como sinônimo de segurança torna-se o valor predominante nas sociedades contemporâneas, e perpassa todas as esferas da realidade social, incluindo o lazer e o turismo.

Nesse contexto, as tradições culturais passam a estabelecer um diálogo estreito com o mercado de bens simbólicos, com a projeção dos saberes e fazeres tradicionais nos espaços de produção e consumo turístico. Sendo as práticas culturais elementos diferenciadores da oferta turística de uma localidade, estas se tornam importante estratégia de posicionamento e competitividade, e de atração de público de visitantes para os destinos. Conforme observa Yúdice (2004, p. 12):

A cultura é hoje vista como algo que hoje se deve investir, distribuída nas mais diversas formas, utilizada como atração para o desenvolvimento econômico e turístico, como mola propulsora das indústrias culturais e como uma fonte inesgotável para novas indústrias que dependem da propriedade intelectual.

Para Kumar (1997, p 128), nesse particular, “cultura e comércio se fundem e se alimentam de forma recíproca [...] houve, [...] não só a conhecida ‘mercantilização da cultura’, estendendo-se não apenas à cultura de ‘massa’ mas também à da ‘elite’”, ou seja, não há mais uma distinção entre os produtos culturais da elite e os originários das classes populares; ambos são comercializados para um público cada vez mais indiferenciado.

Decorre dessa atratividade uma série de imbricações entre turismo e legado cultural, as quais se direcionam para a redefinição da cultura dos locais visitados, ao tempo em que a sua potenciação como atratividade turística repercute nas relações de preservação da memória e da identidade. A atividade turística contribui para o revigoramento dos saberes e fazeres populares e das tradições, ora por intermédio do aumento da visibilidade dos produtores culturais, ora pela valorização das manifestações artísticas locais.

Outro fator a ser considerado no turismo cultural relaciona-se ao fortalecimento das identidades culturais e de práticas sócio-culturais específicas, que em alguns casos, poderiam estar sofrendo um processo de desaparecimento. Objetos, bens culturais, coleções e demais atrativos turísticos contribuem para a reconstrução da memória social e para os mecanismos de identificação dos sujeitos em relação à determinada cultura, grupo ou classe social, figurando como fatores de coesão, garantia de unificação dos sujeitos diante da emergência de sociedades translocais (SAHLINS,1997). Tal identificação é percebida como sendo transitória, dinâmica e em constante suspensão (CANCLINI, 2000; HALL, 2001).

O entrelaçamento entre turismo e identidade assinala que esse fenômeno social contribui para a reinterpretação da memória e das tradições, restaurando e revigorando identidades a partir da aceleração dos contatos simbólicos, atuando dessa forma, como vetor de reconstrução cultural (ASCANIO, 2003). O turismo é apreendido como fator possibilitador da mudança cultural, readaptando os conteúdos simbólicos dos lugares para atender às necessidades da demanda, “generando um processo constante de creación y recreación del sentido de pertencia, pasado, lugar, cultura y posesión” (TALAVERA, 2003, p.44).

Por outro lado, a incorporação das culturas no mercado turístico tende a provocar mudanças nas atitudes dos viventes em relação ao seu cotidiano e às práticas culturais tradicionais, agora transformadas em bens de consumo. Estes passam a obedecer às novas racionalidades e funções atreladas à importância dos signos e do espetáculo na formatação e gestão da oferta cultural enquanto produto turístico, “devido a sua particular combinação do visual, do estético e do popular” (URRY, 1996, p.123).

As culturas locais reelaboram seu significado, apresentando aos visitantes elementos estéticos e performáticos da manifestação cultural, os quais se tornam compatíveis com as novas necessidades da demanda. A cultura reproduzida e encenada para os turistas orienta-se para o consumo visual, na qual o enraizamento comunitário é, em alguns casos, substituído pela artificialidade das relações entre os visitantes e a população local. Em determinadas instâncias turísticas, as festas e danças populares são ressignificadas quando da sua inserção ao sistema de produção e consumo turístico, destacando-se a banalização das festas tradicionais, bem como a transformação de rituais sagrados em rituais de entretenimento.

Nota-se que o turismo apresenta-se como agente adensador de desestabilizações na cultura popular, determinando-lhe uma dinâmica que não resulta da capacidade inventiva e criativa dos atores sociais. As manifestações populares são expropriadas e reinventadas pelos promotores turísticos, os quais privilegiam seus aspectos visuais, e em alguns casos, impõem-lhes uma padronização - seja no figurino, na coreografia, ou na substituição dos instrumentos musicais originais, sobrepujando a diversidade da tradição cultural.

Nesses casos, ocorre a redefinição dos significados das celebrações populares, associando-se a elas predominantemente o valor econômico, e para o turismo “transforma-a numa apresentação explícita e remunerada que, conseqüentemente não será mais vista e sentida em sua forma original” (GRENWOOD, apud RUSCHMANN, 2003, p.53). Essa constatação enfatiza a relação entre visitantes e locais visitados - em geral cambiante, efêmera

e transitória, e que malogra qualquer possibilidade efetiva de internalização dos turistas ao universo cultural socialmente construído:

À medida que o Turismo se transforma numa grande indústria, de alcance mundial, muitos ou a maioria dos países são invadidos por uma onda turística. É uma onda que não se confina a determinados lugares, mas na qual todos os espaços, histórias e atividades sociais podem ser material e simbolicamente refeitas [...] as sociedades contemporâneas se desenvolvem menos na base da vigilância e da normatização dos indivíduos e mais na base da democratização do “olhar do turista” e da espetacularização dos lugares. (URRY, 1996, p. 208)

A postura dos visitantes perante as localidades turísticas reacende a figura do *flâneur* descrita por Baudelarie: um ser que se encontra exteriorizado da vida social, um indivíduo isolado e alienado que passeia por multidões observando paisagens, sem, contudo, se internalizar nos significados que a cultura local exerce para os grupos que dela participam (apud BARRETO, 2000). Essa postura pode acarretar à população residente, de um lado, o sentimento de aversão à demanda turística, e de outro, a adoção de posturas miméticas em relação ao seu padrão de consumo (LAGE; MILONE, 2000).

Tal acontecimento expressa a problemática da construção das identidades locais em virtude do turismo, com a formatação de atrações institucionalizadas, as quais, destituindo-se do controle comunitário, adquirem novos significados. Aqui, insere-se a noção de autenticidade encenada conforme sugere MacCannell (apud GETZ, 2001, p.343). Nesse caso,

A autenticidade torna-se questionável quando a destinação tenta esconder a encenação de um evento, dando aos visitantes a impressão de que eles estão vendo é real, quando na realidade, pode ser um evento criado artificialmente ou pertencer a um tempo passado e não ter lugar na vida atual da comunidade (GETZ, 2001, p.343).

Torna-se importante compreender que a re elaboração ou re interpretação do significado das manifestações culturais em virtude da sua inserção na atividade turística revela negociações, seleções e ressignificações, realizadas de forma consciente ou inconsciente pelos atores sociais que as atualizam, ao tempo em que reforça a dinâmica dos sistemas culturais, nas quais elementos ditos tradicionais e modernos imbricam-se num processo de restauração dos comportamentos que ocorre também em outros contextos da realidade social.

2. Performance cultural e turismo: o caso do bumba-meu-boi em São Luís - Maranhão

As festas, enquanto momentos de comemoração e conagração popular possuem o seu enraizamento e organização no interior de uma determinada comunidade, sendo importantes no processo de coesão social e de reforço da memória e dos valores identitários de um lugar. As manifestações tradicionais tornam-se ainda polissêmicas, posto que a elas se associam de forma dinâmica, o trabalho e o lazer, a diversão e a devoção, o sagrado e o profano, além de convergirem importantes mecanismos de sociabilidade e reciprocidade cultural, os quais intensificam o sentido de pertença à uma determinada cultura. Brandão (1974, p.28) considera que as festas são

Acontecimentos sociais de envolvimento parcialmente coletivo que geralmente observam uma ruptura com a rotina seqüente na vida social, que cria comportamentos, sobretudo, rituais, logo expressivos e relações interativas de fora e efeitos de períodos longos da rotina.

Inserir-se nesse cenário o bumba-meu-boi, manifestação cultural presente na cidade de São Luís, capital do Estado do Maranhão, e que vem se constituindo num importante elemento da oferta turística dessa localidade. Esta se caracteriza pela capacidade de mobilização e participação comunitária, na qual se sobressaem formas distintas de expressão da identidade local, reveladas na diversidade de sotaques, ritmos, toadas e personagens que se apresentam nos terreiros e nos espaços públicos da cidade durante os festejos juninos.

Restrito aos segmentos populares desassistidos até meados do século XX, sofrendo constantes sanções por parte das elites que inviabilizavam a livre manifestação da brincadeira, em meados da década de 1970 o bumba-meu-boi notabiliza-se entre as camadas sociais abastadas, popularizando-se a partir de sua intensa divulgação nos aparelhos midiáticos. Enquanto símbolo da identidade local torna-se alvo também de políticas culturais e de promoção turística, uma vez que se identifica o seu potencial na geração de negócios e na melhoria da qualidade de vida local.

No processo de implantação ou desenvolvimento do turismo cultural, assiste-se a uma crescente articulação entre os poderes públicos e o empresariado, no sentido de aumentar o nível de competitividade do destino turístico no mercado. Nesse caso, os elementos da cultura imaterial, tais como os festejos populares sagrados e profanos, os rituais e as danças tradicionais afiguram-se como atrações turísticas com elevado potencial de captação de

visitantes, diversificando a oferta de atrativos e minimizando a sazonalidade do destino em períodos de baixa estação:

[...] as oportunidades que presentan los festivales, como nueva oferta turístico-cultural especializada, son importantes pues se trata de acontecimientos periódicos de alto nivel cultural y artístico, muchas veces en entornos patrimoniales de interés turístico, con una diversidad tal que les convierte en un producto de gran interés para un público muy diferente. (SANCHEZ; GARCÍA, 2003, p.101).

Assim, de prática coletiva, o bumba-meu-boi redefine-se na lógica de produção e consumo cultural, destacando-se como elemento de atratividade turística para a cidade de São Luís, por intermédio da sua vinculação em campanhas de marketing direcionadas aos turistas potenciais, e do estímulo para a adequação do bumba-meu-boi enquanto produto turístico. A partir da aproximação com o mercado de consumo cultural, novas experiências inserem-se no universo ritualístico tradicional do bumba-meu-boi, tais como o surgimento de manifestações parafolclóricas, e a crescente profissionalização dos grupos mantenedores dessa tradição.

Nesse ínterim, a adoção de novos elementos alteraram significativamente as formas de representação desse auto popular, com ênfase nos aspectos estéticos, na adaptação das indumentárias, figurino e coreografia, além de modificações nos instrumentos e na redução do tempo de apresentação, no sentido de atender às expectativas dos visitantes (LIMA, 2002).

Como parte integrante dessa estratégia de valorização para o turismo, destaca-se a realização do evento Vale Festejar, patrocinado pelo Governo do Estado em parceria com a iniciativa privada. Trata-se da promoção de espetáculos de bumba-meu-boi no mês de julho, num período que não corresponde ao ciclo tradicional de apresentações culturais.

Durante a realização do evento, observa-se um crescente processo de estetização da brincadeira, com o distanciamento dos brincantes em relação aos espectadores, o apelo visual e performático dos grupos folclóricos, e a criação de um cenário normatizado, onde se sobressaem a passividade do público e o seu olhar direcionado aos elementos diferenciadores do espetáculo foco de apreciação:

Nas festas, as lentes dos turistas [...] são atraídas, também, por personagens, alegorias, fantasias, excentricidades, ou seja, elementos visuais, característicos da sociedade moderna, [...] tornando-se um atrativo para as pessoas de fora, sendo a imagem um dos elementos fundamentais impulsionadores da cultura de consumo (ROSA, 2002, p.35).

Assim, a tradição cultural incorpora-se ao consumo turístico, provocando mudanças na forma de apresentação do bumba-meu-boi, num espaço constante de negociação dos seus

elementos originários para atender aos anseios dos visitantes. Ao longo do Vale Festejar, reatualiza-se a devoção, na medida em que são agregados novos estilos na forma de apresentação dos grupos folclóricos, ressaltando-se os aspectos de padronização dos instrumentos e das coreografias, redução de personagens, conferindo uma apresentação sistemática e nitidamente comercial.

Reacende-se, pois, a discussão em torno da autenticidade das festas, eventos e celebrações, quando encenadas para grupos de visitantes. Considera-se que o mercado turístico estimula a formatação de produtos e atrações artificiais, com a conseqüente invenção de tradições “[...] a fin de obtener un producto presentable como auténtico, fuera de tiempo, que debe infundir la idea de experiencia inolvidable y única para su consumidor y, la vez, ser repetible y estandarizada para el conjunto” (MARKWELL apud TALAVERA 2003, p. 44).

É nesse sentido que Talavera assinala que os novos conteúdos e formas culturais conduzem à materialização de “autenticidades emergentes” (idem, p.46-47), percebidos e interpretados como autênticos, tanto por parte dos turistas, como pela comunidade local, levando à afirmação de que a autenticidade torna-se subjetiva e resultante dos sentidos e significados que os diferentes consumidores atribuem às atrações e produtos culturais que experienciam. E, embora ressaltando a importância dos produtos culturais estarem vinculados aos significados locais, o autor constata que estes tendem à ser sintetizados e estetizados, adornados para o consumo.

As novas representações vinculadas ao bumba-meu boi relacionam-se aos processos de hibridação das produções culturais na contemporaneidade sem, contudo, invalidar o substrato que lhe é subjacente. Nesse patamar, ocorrem constantes mecanismos de articulação, seleção e apropriação de elementos culturais decorrentes do maior contato entre os diferentes grupos sociais. Ou seja, reposição e intensificação identitária imbrincam-se no jogo das identidades. A aceleração do intercâmbio cultural, atrelada às modernas tecnologias da informação e da comunicação ocasiona o surgimento de produtos culturais híbridos, que transitam em diferentes sistemas culturais e não possuem fronteiras definidas, desconstruindo, assim, a concepção tradicional de cultura. Na visão de Dias (2003, p.113):

Essa mudança funcional coloca-se perfeitamente no processo dinâmico em que se insere o fato folclórico. Perante novos atores – os turistas -, estes provocam mudanças geradas pelas interações recíprocas, que podem provocar modificações no fato folclórico, o qual, quando bem conduzido, será a continuidade, em outro tempo, do fato original determinado historicamente, porém transformado e com novas funções.

Dotada de valores simbólicos, a autenticidade é negociável devendo ser gerida preferencialmente pelos setores populares, os quais devem estabelecer limites à mudança cultural. A autenticidade é entendida como um constructo social, uma releitura ou reinterpretação das culturas e das identidades que ocorre nas diversas esferas da experiência cotidiana, “[...] é precisamente quando a mudanças se voltam para as formas tradicionais, realmente tornando-se essas formas, que uma restauração do comportamento ocorre” (SCHECHNER, 1985, p. 210).

Com base nos estudos realizados por Schechner (1985), as regenerações dos fatos culturais também se enquadram no movimento de restauração dos comportamentos próprios da dinâmica social. As práticas culturais são revisitadas, reforçadas e condicionadas a partir de códigos e símbolos anteriormente construídos e retransmitidos entre gerações sucessivas. As apresentações performáticas dos grupos folclóricos e parafolclóricos constituem-se, portanto, remodelações da identidade, diante de outros contextos e espaços sociais, as quais incorporam no presente novas significações:

O comportamento restaurado é simbólico e reflexivo: não comportamento vazio, mais pleno que irradia pluralidade de significados [...] O comportamento simbólico ou reflexivo significa fixar, transformando em teatro o processo social, religioso, estético, médico e educacional. A representação significa: nunca pela primeira vez. Isso significa: da segunda até n vezes. A representação é o comportamento repetido (SCHECHNER, 1985, p. 206).

Tal fato torna-se perceptível quando do repasse do saber- fazer do bumba-meu-boi pelos mestres aos demais membros das comunidades. A confecção dos instrumentos, indumentárias e adereços, a fabricação do couro do boi, as toadas, ensaios, rituais, e demais formas de relacionamento com o transcendente apresentam-se como um conjunto de códigos legados por uma herança secular e que legitima o bumba-meu-boi como experiência sagrada e profana. Esses elementos contribuem também para o reforço, repetição, ou fixação de comportamentos, atitudes e posturas dos brincantes perante o espectador e, por extensão, na sua vivência cotidiana. “As culturas supostamente em desaparecimento, estão presentes, ativas, vibrantes, inventivas em todas as direções, reinventando o seu passado” (SAHLINS, 1997, p. 52).

Dada a capacidade criativa e a inventividade dos grupos de bumba-meu-boi, ou em virtude da mediação pelo turismo, a busca por elementos e motivos identitários relacionados à tradição, inter relaciona-se com a arregimentação de aspectos modernos, sendo capazes de

ampliar o sentimento de pertença dos brincantes à cultura local. Enquanto encenação para os turistas permite o acesso destes ao domínio simbólico e ritualístico da brincadeira, a qual não apresenta excessivo descentramento identitário, fato que poderia tornar a apresentação inautêntica perante o público consumidor.

Nesse movimento de retorno ou de restauração cultural acionado, “a modernidade fundamenta e legítima a sua dinâmica na tradição [...] que volta sempre que é solicitada pela contemporaneidade para compor novos reflexos e efeitos de sentido” (MARQUES, 2000), ensejando o bumba-meu-boi como espaço simbólico de restauração de comportamentos e das identidades.

No âmbito do Vale Festejar, a dessacralização do bumba-meu-boi pelos brincantes torna-se possível em virtude do retorno financeiro proporcionável pelas apresentações sem, no entanto, ferir os princípios e valores da tradição. Sahlins (1997), ao analisar a reorganização das culturas em meio ao mercado global de circulação de produtos e processos, enfatiza o movimento de articulação dos grupos sociais e de resistência em relação aos supostos efeitos homogeneizadores da globalização. Assiste-se a uma intensificação ou florescimento cultural, com a seleção de determinados elementos que podem ser utilizados como fatores de auto afirmação das culturas, enquanto resposta à sua inserção no mercado capitalista ocidentalizante.

Dessa forma, aos visitantes é reservada a representação e o espetáculo, uma vez que “os pós-turistas não têm tempo para a autenticidade e deliciam-se com a natureza simulacional e construída do turismo contemporâneo, que sabem ser apenas um jogo” (FEATHERSTONE, 1995, p.144). Ao mesmo tempo, determinadas etapas dessa brincadeira, a exemplo do batismo e da morte do boi, ainda não são oportunizadas enquanto produto de consumo para os visitantes, estando restritos à comunidade local, aos devotos e agentes legitimadores dessa prática social.

Ao dinamismo da restauração dos comportamentos e da transformação do bumba-meu-boi como espetáculo turístico alinha-se também a discussão suscitada por Goffmann (1995), referente ao comportamento humano na vida social. Para o autor, o relacionamento do homem em sociedade equipara-se à uma performance ou ação teatral, com o fito de legitimar uma determinada representação do eu perante a platéia na qual se está interagindo.

Para a realização desse intuito, emergem dois componentes capazes de garantir o bom desempenho do ator, a saber: a região de fachada e a região dos fundos. Esquemáticamente,

tem-se que a região de fachada é o lócus privilegiado da representação, destacando-se os arranjos estéticos e a linguagem corporal na composição de um cenário da situação desejada e que se quer aparentar. A região dos fundos, por sua vez, é o espaço de relaxamento das regras impostas pela representação e compartilhada de forma consciente ou inconsciente pelos atores sociais.

Essa interpretação permite apreender a forma como se processa o relacionamento entre diferentes grupos sociais no contexto do turismo. Nos espaços turísticos, as relações interpessoais e os objetos são acionados para assegurar o conforto, a segurança e a familiaridade dos visitantes em relação a um determinado destino; assim, estabelecem-se nos equipamentos turísticos - meios de hospedagem, restaurantes, centros de lazer e entretenimento - determinados estereótipos e arranjos situacionais que propiciam a satisfação das expectativas internalizadas pelos turistas em relação à região visitada.

Em se tratando do evento Vale Festejar, observa-se que determinados elementos da cultura encenada estão dispostos à fruição dos visitantes, garantindo a hospitalidade na relação comercial e enaltecendo a experiência turística:

Na condição de espectador, o turista acabaria por percorrer lugares facilmente reconhecíveis, devidamente preparados e encenados [...] A busca pelas experiências autênticas leva a que o turista possa acreditar que o que está experimentando seja de fato autêntico, uma vez que os bastidores preparados para sua visita são apreciados como sendo “originais” (ARAÚJO, 2001, p.59).

Os gestos dos brincantes, a disposição dos objetos no ambiente climatizado, a sonoridade e os efeitos de luz produzem uma ambiência e uma atmosfera convidativas para a elaboração de uma performance particular, “a decoração e os acessórios de lugar onde uma representação particular é comumente feita, bem como os atores e o espetáculo geralmente ali encontrados, contribuem para fixar uma espécie de encantamento sobre ele” (GOFFMANN, 1995, p.117).

Os bastidores da encenação turística, por sua vez, cedem espaço para momentos de confraternização e integração entre os atores do bumba-meu-boi, de efervescência popular e espontânea nos terreiros, ruas, avenidas e demais espaços sociais, com o alargamento do olhar normativo - imanente às festas institucionalizadas e oficiais - e a confluência de outros valores e regras de convívio, com a subversão da ordem socialmente estabelecida por um breve período de tempo.

Ressalta-se que essas regiões não se excluem, ao contrário, dialogam entre si, podendo existir pontos de interstícios entre ambos, nos quais se permite ao ator ou coadjuvante transitar por essas dimensões no sentido de reforçar ou redimensionar a encenação, atendendo, assim aos objetivos da representação cotidiana. A representação do bumba-meu-boi e os seus bastidores conformam essa manifestação como produto turístico que apresenta um elevado nível de atratividade, significando uma experiência autêntica, tanto por parte dos brincantes, quanto por parte dos consumidores:

Dessa forma, seria possível não apenas relativizar a oposição entre os dois pólos, *front* e *back region*, como também apontar para a questão de que o turismo produz realidades situadas ao longo de um largo espectro que vai de um pólo a outro. Nesse modelo de interpretação, a compreensão dos espaços turísticos se dará nesse lugar em que se está operando essa idéia de “autenticidade encenada” (ARAÚJO, 2001, p.59).

Assim, o turismo insere-se num amplo processo de regeneração das culturas e das identidades locais, enquanto estratégia de inserção econômica e de diferenciação no mercado, dando origem a novos contornos e matizes. Assim, “não fica clara que uma encenação destinada ao turista, aparentemente inautêntica, seja tão diferente daquilo que acontece de qualquer maneira em todas as culturas” (URRY, 1996, p. 25). Para além da aculturação, compreende-se atualmente que as culturas postas em contato incorporam determinados elementos, promovendo constantes reinterpretações e ressignificações culturais, sendo os grupos locais agentes criativos da mudança e da inovação.

Considerações Finais

O turismo enquanto fenômeno social vem contribuindo para o revigoramento ou restauração das culturas, por intermédio da formatação de produtos, eventos e atrações, nas quais os visitantes possuem a oportunidade de vivenciar aspectos da cultura visitada, resultando assim, no retorno econômico e social para as comunidades locais. Diante da intensificação dos processos culturais, do descentramento identitário e da comercialização de signos, imagens e representações no mercado de consumo, as práticas sociais são revisitadas e re elaboram seus significados, estabelecendo novas formas de expressão da identidade que convivem dialeticamente com produções culturais emergentes destinadas ao usufruto dos visitantes.

Nesse sentido, tradição e modernidade, essencialidade e artificialidade, espetáculo e encenação, são elementos que coexistem em diferentes sistemas culturais e se adequam às maneiras de agir dos grupos sociais. As culturas prescindem das estratégias de restauração para a fixação de comportamentos, ao tempo em que se utilizam da ação teatral no sentido de validar a representação desejada em uma dada realidade ou contexto específico.

O bumba-meu-boi em São Luís - Maranhão reveste-se de duas modalidades de representação da cultura local, a primeira, refere-se à espontaneidade popular que adentra as ruas e os terreiros da capital durante o calendário junino, revelando espaços de liberdade de movimentos e alargamento das regras sociais. A segunda relaciona-se ao prolongamento das festividades juninas em eventos capitaneados pelo poder público em parceria com a empresa privada, a exemplo do Vale Festejar, caracterizada por apresentações performáticas para grupos de visitantes. Ressalta-se que essas formas de vivenciar a identidade não se contradizem, sendo partes integrantes do processo de restauração cultural vivenciado pelas sociedades contemporâneas.

Referências Bibliográficas

- ARAÚJO, Silvana Miceli de. Artifício e Autenticidade: o turismo como experiência antropológica. In: BANDUCCI JR., Álvaro; BARRETTO, Margarita (orgs). **Turismo e identidade local: uma visão antropológica**. São Paulo: Papirus, 2001.
- ASCANIO, Alfredo. Turismo La reestructuración cultural. In: **Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**. Volume 01, número 01, 2003. Disponível em: [http: < www.pasosonline.org >](http://www.pasosonline.org) Acesso em 10 de março de 2009.
- BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é folclore**. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas Híbridas**. Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 2000.
- DIAS, Reinaldo. **Sociologia do Turismo**. São Paulo: Atlas, 2003.
- FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- GETZ, Donald. O evento turístico e o dilema da autenticidade. In: COOPER, Chris et al. **Turismo, princípios, práticas e filosofias**. Porto Alegre: Bookman, 2001
- GOFFMANN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1995.

- GOULART, M.; SANTOS, R. I. C. dos. **Uma abordagem histórico-cultural do turismo**. Turismo - Visão e Ação, v. 1, n. 1, p. 19-28, jan./jun. 1998.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2001.
- KUMAR, Krishan. **Da Sociedade Pós-industrial à Pós-moderna: novas teorias sobre o mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- LIMA, Carlos de. Os bois entre aspas. In: **Boletim da Comissão Maranhense de Folclore**, nº 18, São Luís, dez.2002.
- MARQUES, Ester. **Tradição e Modernidade no Bumba-meu-boi**. São Luís, 2000.
- MOLINA, Sérgio. **O Pós-Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.
- REJOSWSKI, Mírian (org). **Turismo no percurso do tempo**. São Paulo: Aleph, 2002.
- ROSA, Maria Cristina. Festar na cultura. In: _____ (Org). **Festa, lazer e cultura**. São Paulo: Papirus, 2002.
- RUSCHMANN, Doris Van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. São Paulo: Papirus, 2003.
- SANCHÉZ, Antonio Garcia; GARCÍA, Francisco Javier Albuquerque. El turismo cultural y de sol y playa:¿Sustitutivos o complementarios? In: UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA. **Cuadernos de Turismo**: 2003, p. 97-105.
- SAHLINS, Marshall. **O pessimismo sentimental e a experiência etnográfica: por que a cultura não é um "objeto" em via de extinção**. Mana, v. 3, n. 1. Rio de Janeiro, 1997.
- SCHECHNER, Richard. **Between Theater and Anthropology**. Philadelphia: The University of Pennsylvania Press, 1985.
- TALAVERA, A. S. **Turismo cultural, culturas turísticas**. In: Revista Horizontes Antropológicos, ano 9, n. 20, p. 31-57, outubro. Porto Alegre, 2003.
- URRY, John. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: EDUSC, 1996.
- YÚDICE, Georges. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: UFMG, 2004.