

Festas populares e turismo cultural - inserir e valorizar ou esquecer? O caso dos Moçambiques de Osório, Rio Grande do Sul

Marcelo Ribeiro[†]

Universidad de La Laguna (Islas Canarias, España)

Resumo: O presente artigo aprofunda a relação entre as festas populares de carácter religioso e o turismo cultural, a partir da análise da estrutura do grupo de afro-brasileiros dos Moçambiques no Litoral Norte do Rio Grande do Sul e seu potencial como oferta de patrimônio intangível para este tipo de turismo. Também a elaboração de políticas públicas onde a cultura seja aproximada ao turismo, como forma de preservação e de conhecimento.

Palavras chave: Festas populares; Turismo cultural; Moçambiques; Afro-descendentes; Políticas públicas

Abstract: This article analyse the relations between popular culture, with religious theme and cultural tourism. The structure of Moçambiques afrobrasilian group, in the Rio Grande do Sul State, southern Brazil and his celebration like a cultural tourism resource. The formulation of cultural policies nearest to touristic policies and one shape of a new preservation and knowledge.

Keywords: Popular culture; Cultural tourism; Moçambiques; Afrodescendents; Public policies

[†] Doctor en Turismo y Desarrollo Sostenible y Profesor de la Universidad de Santa Cruz do Sul, UNISC (Brasil).
E-mail: ribeiroweb@yahoo.es

Introdução

As manifestações populares, sejam de cunho religioso ou não, possuem um caráter ideológico uma vez que comemorar é, antes de mais nada, conservar algo que ficou na memória coletiva (Paiva Moura, 2001). Para o turismo, como um sistema aberto (Beni, 1997), que se move pela oferta variada em determinados destinos, tais manifestações culturais podem formar parte de um produto, desde que sejam conectados de forma direta ou complementar aos serviços turísticos.

Antes de conceituar manifestações populares é importante lembrar que o turismo existe e transforma lugares e grupos humanos no momento em que seja permitida a “expansão”, onde os atores sociais consentam ou mesmo de maneira inconsciente estejam inseridos neste círculo que está constituído por operadores/ agentes de viagens, setor público, prestadores de serviços locais, comunidade local, os usuarios deste sistema, os turistas e o território onde ocorrem as ações.

O turismo a partir de sua implantação pode “redefinir realidades sociais” (Hall, 1994), criando expectativas a partir de imagens projetadas e adaptando as localidades a estas expectativas. O que pode ser uma descoberta como novo destino ou nova atração, ou mesmo uma reciclagem de um antigo destino.

Neste contexto, as manifestações culturais correm o risco de sofrer mudanças quando tratadas de forma massiva, repetitiva e acatando o gosto do visitante, neste caso operadores turísticos e turistas. Em muitos casos, com apoio de poderes locais, as manifestações turísticas perdem sua função original para atender a demanda de novos participantes.

A questão de aceitar tais mudanças se encontra no processo de negociação e nos mecanismos que se empregam na preservação e na manutenção das manifestações e quais interesses estão em jogo para permitir e facilitar que se mudem desde as datas festivas aos rituais destas manifestações a partir dos atores sociais envolvidos no processo. Para tanto, a auto-reflexão sobre representações culturais é um elemento

básico no desenho de um projeto de preservação cultural (Ascanio, 2001: 3).

O interesse de exploração turística de determinada manifestação cultural se deve a fatores como o potencial, a originalidade do evento e de uma divulgação consistente da mesma através da imagem que se queira projetar. No caso das festas religiosas a sua concepção está centrada nos devotos e nos grupos de atores sociais que permeiam o universo sacro e ao mesmo tempo profano de tais manifestações.

Para que seja considerado como um produto turístico, a festa será analisada como um evento apto a atrair não somente devotos, como outros segmentos. A partir deste processo a estrutura física começa a sofrer modificações como um possível redimensionamento do espaço e dos serviços. No momento em que a festa interessa a agentes privados que formalizam sua comercialização, ela passa a compor junto com outros eventos populares um produto cultural turístico tendo como uma das consequências a perda de autenticidade ou mesmo a divulgação massiva.

Contribui para isso a imagem da festa e o potencial de atrair determinados públicos que possuam afinidades com o evento ou mesmo se movam pela motivação da simples curiosidade. Estas motivações se concretizam por experiências vivenciadas, pela nostalgia ou por necessidade de sair do cotidiano. A simples atração pela festa gera uma demanda para o local, seja um núcleo urbano ou rural, que também será conhecido e lembrado pelo evento.

É importante fazer a devida distinção entre o evento/espetáculo e a festa popular, feita para celebrar um acontecimento, agrícola ou religioso que faz parte do cotidiano, possui sua organização no seio da comunidade, a partir da arrecadação de recursos e da ajuda do poder municipal. Esta concepção está mais de acordo com os símbolos do lugar, compondo a identidade do grupo social que promove.

O que associamos com a “especificidade das culturas populares” (Canclini, 1983) onde para populações indígenas ou camponesas, as festas são acontecimentos coletivos enraizados na sua vida produtiva, celebrações fixadas de acordo com o ritmo do ciclo agrícola ou do calendário religioso,

onde a unidade doméstica de vida e de trabalho se reproduz através da participação coletiva da família.

Patrimônio intangível, festas populares e o turismo

O conceito de patrimônio começa a mudar na última década do século XX, quando a visão tradicional considerava somente os bens artísticos e monumentais herdados do passado, como as obras de arte esculpida e pictóricas ou ainda as grandes obras arquitetônicas. Hoje em dia já existe uma consciência sobre a abrangência do patrimônio que pode abarcar manifestações culturais intangíveis, como as tradições orais, a música, idiomas e festas.

De acordo com Prats (1997) o patrimônio como recurso turístico pode ser apresentado em tres formas: *a) O patrimônio pode se constituir em um produto turístico per se, capaz de integrar junto a oferta hoteleira, um motivo de compra autônoma. b) O patrimônio pode ser apresentado como “associado” a um produto turístico integrado (pacote de viagem), sendo parte integrante do produto e c) O patrimônio pode se constituir em um valor agregado para destinos turísticos que não possuem no patrimônio atrativo principal ou o motivo de compra básica.*

Desta forma, o patrimônio passa a ser algo passível de atrair espectadores desde que seja de interesse a determinados segmentos turísticos capazes de transformá-lo. Não se pode esquecer que o setor turístico é um setor empresarial como qualquer outro e obedece a lógica de maximizar benefícios e minimizar riscos. Assim, como cita Prats (1997: 43) “la empresa turística puede aprovecharse de los recursos patrimoniales para vender sus servicios, pero dificilmente activará recursos patrimoniales para convertirlos en productos turísticos.”

As ações privadas em relação ao patrimônio nem sempre podem ser vistas como uma simples agressão ao patrimônio, uma vez que alguns grupos apreciam o valor simbólico que incrementa o valor econômico (Canclini, 1993). Como em casos de imobiliárias que defendem a preservação bairros históricos para aumentar o custo das residências, empresas turísticas que conservam o sentido cenográfico de edifícios

históricos, ainda que introduzam mudanças arquitetônicas e funcionais com fins lucrativos etc.

A conexão entre os promotores locais e os meios de distribuição ou de comercialização de festas é diferente no caso do patrimônio intangível, baseado em algo móvel, que é re-criado e está baseado na apresentação da festa e dos valores como a fé, a devoção e o respeito. Diferente do patrimônio tangível, onde se apresentam atrativos imóveis como edificações ou objetos, e não necessariamente existe contato do visitante com os visitados.

As festas populares expressam as formas identitárias de grupos locais, onde o motivo de encontro, de fé ou simplesmente de celebrar atrai e identifica a devotos e indivíduos de mesma identidade. Neste caso, o turismo pode causar estranhamento nos locais, uma vez que não seja negociada a participação e pior ainda se não forem negociados os papéis de cada grupo envolvido.

Um dos exemplos mais conhecidos da expropriação ou mercantilização da cultura local é o estudo de Greenwood (1989) sobre o Alarde no povoado de Fuenterrabia, Espanha, em que existe a transformação de uma festa comunitária a um evento para turistas. Segundo Greenwood, quando uma atividade cultural é feita como um evento público e que esta passa a pertencer ou a ser promovida para um mercado turístico contínuo e em aumento tende a perder seu caráter de ritual, onde ocorre uma violação e posterior destruição de sua identidade e a perda do poder de participação por parte do povo.

No caso específico das festas populares, sua realização forma a expressão simbólica mais fiel da vida social de uma comunidade. De acordo com Alcalde e González (1989: 114), podemos distinguir quatro dimensões que são específicas das festas e, em geral, de todo fenômeno festivo: simbólica, socio-política, econômica e estética, sendo que segundo estes autores a mais importante e específica das dimensões da festa é a simbólica. Está presente em todo fenômeno festivo, definindo e reproduzindo simbolicamente a identidade de uma coletividade ou grupo social.

Quanto a sua característica, as festas populares no Brasil de acordo com seus

componentes estruturais podem ser, de acordo com Paiva Moura (2001: 38):

- *Religiosos: ministrados por sacerdotes ou por pessoas autorizadas pela igreja, como missa, procissão, benção, novena e reza;*
- *Profano-religiosos, ministrados por leigos com a aprovação do sacerdote homenageando as figuras sacras, de modo alegre e festivo: levantamento de mastro, bailados como congados, folia de reis, Império do Divino, Reinado do Rosário, Pastorinhas etc.*
- *Festas profanas, com caráter de diversão. Com o propósito de segurar os visitantes o maior tempo possível nas festas com leilões, danças, comidas, barraquinhas e folguedos como malhação de Judas.*

O caso dos Moçambiques de Osório, Rio Grande do Sul

No Brasil, como herança do período da escravidão negra, a religião era uma estratégia de sobrevivência, muitas vezes através de uma organização que desempenhava um papel político como eram as confrarias e irmandades religiosas.

No caso específico da Festa de Nossa Senhora do Rosário, comemorada na região do Litoral Norte do Rio Grande do Sul, na cidade de Osório pelo grupo de afrodescendentes conhecidos como Moçambiques, sabe-se que os antigos escravos negros elegeram Nossa Senhora do Rosário por ser sua protetora. De acordo com autores como (Dos Santos, 2000), desde 1505 em Lisboa, na capela de São Domingos de Lisboa, onde existia um altar de Nossa Senhora do Rosário, que a comunidade negra daquela cidade começou a realizar a teatral solenidade da coroação de reis do Congo.

Elegemos tal manifestação pela incidência de material de divulgação de Osório e da região litorânea onde aparecem a imagem dos reis Congos e de alguns componentes. Esta imagem deixou a dúvida de que forma este grupo está inserido em alguma proposta turística.

A investigação realizada junto ao grupo dos Moçambiques durante os meses de novembro de 2001 a março de 2002, tendo antes deste período travado contato com alguns elementos do grupo, buscou além de

conhecer a festa de Nossa Senhora do Rosário, analisar de que maneira o grupo e suas manifestações podem ser inseridos em um contexto de oferta turística cultural.

Também foram realizadas entrevistas com turistas e veranistas que circulam nos meses de verão na região. Se buscou saber se conheciam tal manifestação e se tinham interesse em participar ou conhecer. No caso dos turistas e veranistas entrevistados, em um total de 41 entrevistados, somente seis entrevistados afirmaram conhecer a festa e destes seis, quatro já haviam participado da festa. Em geral, dos 41 entrevistados, 16 não quiseram responder, 13 disseram que tinham vontade de conhecer ou participar da festa e 12 disseram que não tinham interesse em participar da festa.

Sua origem no Brasil, situa-se do Século XIX, onde quase todas as confrarias que reuniam os africanos e seus descendentes tinham como padroeira Nossa Senhora do Rosário, por vezes designada como Nossa Senhora do Rosário dos Pretos Lupi (1988: 82). Este mesmo autor comenta que os Moçambiques são cortejos, constituídos por guías, pajens, capitães, coronel e porta-estandarte (Carneiro, 1965 em Lupi, 1988: 84) e ainda um rei, às vezes uma rainha, príncipes, princesas, um mestre, u contra-mestre, dois capitães (...), um general, variando de companhia para companhia e para o número e designação de componentes.

Com respeito ao perfil do grupo dos Moçambiques, todos possuem laços de parentesco, avós, tios, primos, irmãos e pais e sua tradição é oral, passada de geração a geração de novos dançantes. Os personagens femininos do grupo são a Rainha Ginga e sua dama de companhia. O que é interessante no momento em que a grande maioria são homens que compõe o grupo, as demais mulheres ajudam a carregar o mastro com o estandarte, acompanham nas apresentações e na preparação de comidas da Festa de Nossa Senhora do Rosário.

A Festa ocorre próximo ao dia 8 de outubro, data em que se celebra Nossa Senhora do Rosário. Ocorre desde a rua até o centro paroquial e dali em um segundo momento até a igreja, onde os reis Congos são coroados. Este ritual possui um significado a todos os envolvidos: o integrantes do

grupo de afro-descendentes, conhecidos como Moçambiques e os devotos que acorrem a assistir e prestigiar a festa.

No Brasil existem festas similares como a dos Moçambiques de Osório, conhecidas como coroação de Reis Congos, nos Estados de Minas Gerais, São Paulo e Goiás. Na cidade de Osório, a Festa de Moçambique o *Maçambique*, como os participantes do grupo se auto-denominam é uma “forma de dança ou cortejo, cujo motivo principal é a representação de um combate simbólico, tendo a figura da Rainha Ginga como personagem principal” (Veiga Moura, 1997: 143).

A Rainha Ginga, segundo autores como Glasgow (1982: 42) foi um personagem histórico em Angola, no século XVI, lutando contra seu irmão, Ngola Mbandi, destituindo-o do trono. Depois se converte ao catolicismo para vir a expulsar aos portugueses, negando mais tarde a fé cristã.

No trabalho de campo, quando questionados pela presença de pessoas “estranhas” a festa, no caso de turistas, os membros mais antigos do grupo como a Rainha Ginga, comentaram que antes era comum que outras pessoas viessem presenciar e depois ficassem para a festa, coisa que hoje em dia não acontece mais (Ribeiro, 2003).

Segundo Parente (2000: 15) “a festa nos últimos anos conta com cada vez menos afluência de público, por um lado, pela pouca divulgação que recebe, e por outro, pelo escasso apoio material e financeiro que recebe dos órgãos oficiais. Outros fatores que contribuíram para a decadência da festa são as brigas internas que se produzem entre os integrantes do grupo, que terminam muitas vezes com a saída de alguns de seus membros.”

Dito isso, a questão levantada é se o grupo e suas manifestações culturais deve ser incluído em um contexto de turismo cultural, como forma de manter a tradição e de criar e fortalecer novos vínculos de conhecer e se expôr ou simplesmente decair. O turismo cultural funcionaria como forma de estímulo de identificação positiva da comunidade, sendo também uma fonte de autoestima.

Não podemos considerar somente o potencial do grupo e suas manifestações para compor um produto de turismo cultural. Existe também a possibilidade de criar ou

recriar outros produtos como o museu da navegação lacustre, lembrando o auge econômico da região nos anos 20 a 60 e que hoje já não depende mais de barcos de transporte nos lagos. Outra possibilidade é a de revitalizar o museu municipal, onde os Moçambiques ocupam um lugar de destaque e que necessita de melhores condições tanto de exposição do acervo como dinâmica de visitação. Estas ainda são idéias e propostas que até o momento não saíram do papel e que nada mais são que o reflexo da falta de políticas de cultura e turismo e da valorização do patrimônio histórico-cultural existente.

Quando nos referimos aos poderes públicos municipais, tanto legislativo como executivos, é importante dizer que estes possuem relações de manutenção para com o grupo. Isso ocorre através de uma lei de incentivo que é revertida em ajudas na manutenção das vestimentas e na estrutura (combustível para transportes e alimentações) para as apresentações realizadas fora do município. Uma das necessidades do grupo não correspondidas todavia é a construção de um espaço cultural próprio para o grupo, atualmente inexistente, onde possam ser feitas apresentações e sirva também como oficina de criação de instrumentos e um ponto de venda de produtos relacionados com o grupo (discos e camisetas).

No caso de leis de apoio, segundo Beltrão (2002) o poder público municipal oscila a cada mudança política possuindo poucas condições de assumir o papel regulador do patrimônio cultural. O que se complica quando não destina a devida atenção aos movimentos culturais populares.

Segundo Buys e Evangelista (2002: 28) que investigaram festas parecidas a dos Moçambiques no interior de Goiás e de São Paulo, comentam que para o senso comum, as manifestações populares são como “fotografias” do passado, com uma visão estática da cultura, ignorando seu dinamismo, sua capacidade de se transformar ao longo do tempo, incorporando influências diversas. Desta forma, como citam estes autores, a abertura de festas populares a turistas tem gerado uma re-valorização e um descobrimento de algo único e identitário em regiões de Goiás e Minas Gerais.

Turismo cultural – quem procura o que?

Se pode definir aquele turista que busca a cultura próxima da autêntica daquele que busca o espetáculo, cuidando de observar o perfil de cada grupo ou indivíduo e qual é sua intenção de busca. Na tipologia dos tipos de turista, temos a definição do turista cultural como “busca o pitoresco ou vestígios do estilo de vida locais tradicionais, que talvez possa coincidir com o passado da cultura própria; Inclua-se a isso costumes e idiomas diferentes. Este turista trata de informar-se o melhor possível sobre estes “outros”, o turista participa em sessões de comidas típicas, festas rústicas, no folclore e inclusive algumas vezes em esportes populares onde sempre está presente a câmara fotográfica.” (Smith, 1989)

Para McKercher (2002) existem cinco tipos de turismo cultural que se baseiam na centralidade do motivo da viagem e na profundidade da experiência:

1) Turismo Cultural Proposital: os turistas aprendem sobre outras culturas ou patrimônio e este é o maior motivo para visitar um determinado destino. Este tipo de turista busca aprofundar suas experiências culturais;

2) Visitante de Pontos de Interesse em uma cidade: busca informações sobre outras culturas e sobre o patrimônio, sendo que sua visita é motivada por este fim. Este tipo de turista é mais bem superficial ou frívolo, sendo que sua viagem está mais orientada ao lazer;

3) Turismo cultural casual: este tipo de turista busca no patrimônio e na cultura um limitado espaço dentro de sua escolha do destino, tornando por fim uma visita superficial.

4) Turismo Cultural Incidental: A decisão de escolha do destino cultural e suas atrações não possuem muita profundidade ou peso. Entretanto, durante o tempo de permanência o turista participará de atividades turísticas culturais (festas, exposições, procissões, mostras de arte, festival de música ou teatro etc) tendo assim uma experiência superficial.

5) Turismo Cultural Serendipista: A escolha do local pela cultura ou patrimônio possui pouca ou quase nenhuma importância na decisão da visita ao destino, porém estando ali o turista faz agradáveis desco-

bertas e acaba tendo uma profunda experiência no lugar visitado.

Para este “novo turista” a principal atividade de sua viagem está determinada pela possibilidade em participar de novas e profundas experiências culturais, tanto no plano estético como no intelectual, emocional e psicológico (Stebbins, 1996: 948) assim experimentar a cultura no sentido de uma forma diferente de sua vida (Hughes, 1996: 707).

No que se referem às práticas cotidianas, o turista cultural é curioso por natureza (Santana, 2003) e tenha ou não no destino turístico o exotismo, ele necessita tanto como o turista de massa de algo conhecido que lhe dê confiança e inspire segurança. Assim que o turismo de cultura ainda que comporte na maior parte das vezes um menor número de componentes possui relações com seu homônimo de massas.

O que difere o turismo cultural do de massas é que o produto final é organizado e pensado de tal forma onde se padronizam fatores sociais, financeiros e geográficos para tornar acessível a um grande número de pessoas, a preços competitivos, importando a quantidade e a homogeneização, baseando-se no volume e não na forma.

A valorização de tais manifestações culturais passa também por um processo de escolha de diversos setores, além do grupo envolvido, da comunidade local e dos setores públicos, temos também o contexto econômico e o contexto científico-profissional (Universidades e instituições de pesquisa) no que diz respeito a sua originalidade e sua importância como patrimônio intangível.

A importância da cidade ou do núcleo urbano onde são desenvolvidas tais manifestações contam como valor agregado (paisagem natural e antrópica, patrimônio edificado, recursos cênicos e serviços), e também como elementos de permanência de turistas e de visitantes que acorram ao local da festa.

Os recursos culturais citados antes, se caracterizam por três segmentos: o equipamento dos espaços culturais como museus, teatros, auditórios, bibliotecas. As iniciativas ou manifestações culturais que dotam de conteúdo a dito equipamento (representações teatrais, exposições temporais etc); e os operadores que impulsionam e

apoiam a oferta cultural de cada localidade (administrações públicas e fundações). O grau de dinamismo de uma cidade resulta da interação destas três dimensões, que por sua vez derivam da potência econômica urbana e da tradição cultural da comunidade local, especialmente de sua elite dominante (Calle Vaquero, 2003: 64).

Estes recursos culturais geram imagens de interesse, tanto aos agentes locais como de fora. A criação da imagem para posterior divulgação destas manifestações para determinados segmentos, depende do grau de atração que desperte e da rede de serviços que possa ser oferecida. Esta avaliação inicial dependerá de contatos pré-estabelecidos pelos atores sociais envolvidos no processo.

No caso específico do turismo cultural, baseado em que as necessidades dos turistas mudam de acordo com o produto oferecido e seu preço, tido como de menor impacto (Stebbins, 1997), onde se busca um diferencial do lugar visitado a partir de determinados gostos (arte, comidas, música ou arquitetura), aquisição de certo tipo de conhecimento (língua estrangeira, história da região ou do país), ou de desenvolver um particular senso social (como falar com as pessoas do lugar, estar de acordo e respeitar as normas locais) a festa pode compor tais necessidades.

Ao diferenciar a “adaptação” de determinados cultos para sua possível turistificação, temos o que Goldberg (1983: 483) que investigou os cultos de vudú no Haiti, diferencia as festas religiosas tradicionais e o espetáculo turístico. O público que assiste ao espetáculo turístico está formado por turistas e ou convidados. O espaço onde ocorre também é turístico e destinado a esse fim. Com relação às festas tradicionais, neste caso um ritual, elas ocorrem em lugares específicos, onde o público está formado por iniciados, especialistas, instrumentistas (aqui no caso, um ritual de vudú).

Esta “turistificação” do ritual demonstra que o tipo de público e o espaço são criados e mantidos com a finalidade de mostrar de maneira repetitiva e comercial. Por outro lado, a festa tradicional também pode ser vista por turistas porém sem os mecanismos de um espetáculo, mais bem como parte do universo ritualístico que permeia tal

manifestação, que não possui finalidade turística.

Políticas públicas e privadas para um turismo cultural

A formulação de políticas públicas onde se valorize e se aproveite os recursos culturais como forma de valorizar e perpetuar a imagem da festa, respeitando suas mudanças, são desafios aos setores responsáveis, sejam públicos e privados. Ocorre que para a valorização de tais manifestações culturais dependem dos interesses de meios oficiais de apoio e de setores com uma ampla visão cultural para tal proposta.

A própria manutenção da manifestação implica em que seus integrantes se deem conta de que não é maquiando as apresentações, mudando as roupas dos integrantes e as músicas que o grupo irá se destacar, outrossim tendo uma consciência de entender de que a graça está em manter o que existe sem cair no discurso de que “temos que mudar senão acabamos.”

Como se trata de uma festa popular, organizada por uma minoria, no caso dos Moçambiques, é pertinente lembrar Canciani (1983) que diz que não haverá política realmente popular se os produtores das manifestações (se referindo ao artesanato) não tiverem papel protagonista, e este papel não se realizará senão como consequência de uma democratização radical da sociedade civil.

Até onde o turismo possa se relacionar com as festas populares, entendemos que os atores do grupo Moçambique, neste caso, devem não somente definir estratégias de que sejam promovidas suas manifestações e discutir as possibilidades de quais seriam as consequências positivas ou negativas do grupo vir a compor um “produto de turismo cultural”.

O problema de como manter viva a festa e também de preservar possui dois vieses: *Um*, incluir o grupo Moçambique de Osório na nova lei de preservação de patrimônios intangíveis, amparada pelo Ministério de Cultura nacional como forma de “preservação”. Tal ação pode ocasionar uma intervenção técnica e imobilizar o grupo para qualquer mudança que se queira realizar (como cultura se recria, se transforma e é dinâmica).

Dois, como cita Arantes (2002:83) “em alguns casos a utilização de mecanismos como implementar programas de educação patrimonial tem contribuído para fortalecer a auto-estima da população, o sentimento de pertencer a coletividade e o reconhecimento destes grupos como sujeito de direito. O que nem sempre tais ações tem contribuído para a consolidação da democracia pois não é tarefa simples neutralizar a tendência de criar exclusão social e política que é praticamente inerente a valorização das tradições.”

As políticas culturais são na maior parte das vezes resultado de imposições de elites que valorizam o que se entende por “alta cultura” ou cultura elitista, esquecendo em muitos casos das minorias. No Brasil, existe todo um histórico de influências paternalistas do Estado Novo (1937-1945), onde o Estado assumia qualquer responsabilidade e negava a participação da sociedade civil (Beltrão, 2002). A inclusão social de minorias e ou de grupos marginalizados é reflexo de pressões e de movimentos sociais e da organização através da identidade a defender.

Dito isso, podemos antever que a relação dos Moçambiques com o turismo pode desembocar na espetacularização (com mudanças na estrutura da festa) pura e simplesmente ou na manutenção e na continuidade das manifestações culturais com a possibilidade de ampliar seu espaço a partir da captação de recursos específicos às necessidades do grupo e de manter seu espaço de representação em Osório e na região.

A elaboração de leis específicas de proteção ao patrimônio intangível pode significar muitas vezes o não cumprimento e a posterior marginalização. Entendemos que políticas públicas de valorização de tais manifestações onde os próprios atores sociais sejam chamados a participar, ser incluídos como elementos participativos e discutir suas necessidades é parte do caminho que se possa seguir. Como cita Barreto (2000: 15) “conservar significa manter, guardar para que haja uma permanência no tempo. Desde que guardar é diferente de resguardar, preservar o patrimônio implica mante-lo estático e intocado, ao passo que conservar implica integrá-lo no dinamismo do processo cultural.”

O turismo como forma de divulgação do patrimônio pode ser útil ao processo de manter e revigorar determinadas manifestações. Nogueira (2001) cita que em Portugal o turismo funciona sem qualquer dúvida como forma de preservação do patrimônio como nos casos das olarias, da tapeçaria e dos doçaria que foram resgatados por atividades turísticas.

A forma de conter tais mudanças, segundo Nogueira (2001) é que se empreguem adequados e cuidados planos de intervenção cultural, ajustados às realidades regionais, guardando suas peculiaridades e especificidades, podem funcionar como antídoto contra a descaracterização identitária de comunidades locais e regionais.

Conclusões

Ao analisar a relação de festas tradicionais com turismo, dentro de uma proposta de turismo cultural, é necessário fazer considerações sobre os mecanismos de proteção e de participação dos atores sociais locais na negociação de quando, como e onde se apresentam e quais finalidade das apresentações no momento de sua relação com o turismo.

A pressão exercida pelo setor turístico para incluir tal oferta em um circuito deve ser levada em conta uma vez que a base de tal aliança está baseada muitas vezes no lucro e na participação do setor público/administrativo local. Levando em conta que o discurso empregado é de que tal festa entre no rol das atrações turísticas de determinadas regiões sob pena de desaparecer. De outra parte, a não inserção de festas também pode demonstrar um esvaziamento e a constante perda de indivíduos em sua manifestação.

É importante a valorização das referências, como chama Arantes (2002: 89) à dimensão do bem cultural que faz menção aos sentidos enraizados e subjacentes em uma ação social. Esta dimensão agrega os significados que vão estruturar a memória coletiva. Por tanto, como exemplo, temos a festa popular onde os saberes e os valores são levados a sério pelos membros, o sistema de posições sociais é prescrito, os critérios para a distribuição dos papéis é tradicional, assim como o lugar onde tal festa é celebrada.

Se a festa é considerada um bem patrimonial, uma tradição, ela pode ser inventada ou reinventada (Hobsbawn, 1998 e Arantes, 2002), perdida e novamente encontrada, compondo um complexa trama social de produção assim como são as inovações e novas informações trazidas ao grupo. Segundo Arantes (2002: 90) “os bens culturais incluem flexibilidade de sentidos, características cuja compreensão é fundamental para entender o modo como tais bens participam da política de identidade e dos jogos do mercado.”

O turismo, como forma de atrair novos atores sociais para observar, participar e mesmo interagir em muitos casos pode romper tal circuito de referências, fazendo com que a festa possua outros sentidos como em casos de artesanato e comidas que foram mudadas de acordo com os gostos de uma nova demanda: o turismo e os turistas.

Não se pode ser tão alarmista ou pessimista ao pensar nas mudanças possíveis de ocorrer sendo catastróficas, e por outro lado, nem otimista em imaginar que uma cultura pode se manter intacta e impoluta. O que ocorre é que a cultura é mutável, passível de ser transmitida através de tradições reformuladas em função de um contexto histórico. Cabe lugar a questionar a partir do próprio grupo e da auto-reflexão de saber quais caminhos são possíveis.

O Turismo cultural e as festas populares não são incompatíveis desde que existam mecanismos de proteção e distanciamento entre ambas as partes. Na verdade é possível que sejam criadas sinergias positivas, uma vez que existam políticas públicas de preservar, promover, respeitar e proporcionar exercícios de cidadania e participação dos atores sociais locais envolvidos no processo.

No caso específico dos Moçambiques se observou por parte dos elementos do grupo uma preocupação com a manutenção da festa, sendo que o período de transição que o grupo atravessa é acompanhado pelos membros mais velhos e por membros de meia-idade que se esforçam em passar o conhecimento e os valores do grupo e dos significados dos símbolos que o acompanham. O que também se observou é que o grupo discute qual caminho seguir, enquanto passam seu conhecimento de geração a geração, celebrando.

Bibliografia

- Alcalde, A. C. & Olmos, F. C. & Gonzalez, A. G.
1989 “Reproducción de identidades en la romeria del Valle de Zalabi” en Santalo, A.C., Bruxo, M.G. Becerra, S.R. (orgs.). *La Religiosidad popular*, vol. III Barcelona: Editorial Anthropos.
- Arantes, A.A.
2002 “Cultura, Ciudadanía y Patrimonio en América Latina” en Lacarrieu, M. & Álvarez, M. (compiladores), *La (indi) Gestión Cultural – Una cartografía de los procesos culturales contemporáneos*. Buenos Aires: Ediciones Ciccus – La Crujía.
- Ascanio, Alfredo
2001 “El Turismo Cultural: Gestión de partes interesadas y la complejidad del equilibrio” en *Congreso Virtual de Turismo 2001*. www.naya.org.ar
- Barreto, M.
2000 *Turismo e Legado Cultural*. São Paulo: Papirus Editora
- Beltrão, A. R.
2002 “Patrimônio Cultural: Novas Fronteiras” en *Prim@ Face*, 1(1): 1-9. www.prim@face.org.br
- Calle Vaquero, M. De la
2002 *La Ciudad Histórica como Destino Turístico*. Barcelona: Ariel Turismo.
- Canclini, N.G.
1983 *As Culturas Populares no Capitalismo*. Brasiliense: São Paulo.
- Dos Santos, E.P.
1998 *Religião e Identidade Negra*. Mimeografado, Belo Horizonte: UFMG.
2000 *Das Coroações de Reis do Congo ao Moçambiques do Brasil – Cinco Séculos de História*. Mimeografado, Belo Horizonte: UFMG.
- Glasgow, Roy
1982 *Nzinga: Resistência africana à investida do colonialismo português em Angola (1582-1663)*. São Paulo: Perspectiva.
- Grenwood, D.J.
1989 “Culture by the Pound: an anthropological perspective on tourism as cultural commoditization”, en Smith, V. (ed.) *Hosts and Guests: The anthropology of tourism*, 2nd. Edition, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 171-185.

- Hall, C.M.
1994 *Tourism and Politics: Policy, Power and Place*. London: John Wiley and Sons.
- Hobsbawn, Eric e Ranger, T.
1998 *A Invenção das Tradições*. São Paulo: Paz e Terra.
- Hughes, H. L.
1996 "Redefining Cultural Tourism". *Annals of Tourism Research*, 23(3): 707-709.
- McKercher, B.
2002 "Towards a Classification of a Cultural Tourists" en *International Journal of Tourism Research*, 4:29-38.
- Meyer, Marlyse e Montes, M.L.
1995 *Redescobrimo o Brasil: a festa na política*. São Paulo: T.A. Queiroz.
- Nogueira, S.
2001 "Os Ofícios Tradicionais como Vertente do Turismo Cultural" em *Iº Congresso Virtual Internacional de Cultura e Turismo*. www.naya.org.ar
- Paiva Moura, A.
2001 "Turismo e Festas Folclóricas no Brasil" en *Turismo e Patrimônio Cultural*. São Paulo: Editora Contexto.
- Ribeiro, M.
2003 *"El Turismo y las Relaciones Sociales: Olvido, Inclusión y Perspectivas en el Litoral Norte de Rio Grande do Sul, Brasil"*. Tese de Doutorado pelo programa de doutorado em Turismo y Desarrollo Sostenible da Univerisidad de Las Palmas de Gran Canaria, no publicada.
- Santana, A.
2003 "Patrimonios Culturales y Turistas: Unos leen lo que otros miran" en *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*; 1(1): 1-12.
- Stebbins, R.A.
1997 "Identity and Cultural Tourism" en *Annals of Tourism Research*, vol. 24(2):450-452.
1996 "Cultural Tourism as Serious Leisure" en *Annals of Tourism Research*, 23(4):948-950.
- Veiga Moura, M. Da Glória da
1997 *Ritmo e Ancestralidade na Força dos Tambores Negros: O Currículo Invisível da Festa*. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós Graduação em Educação, USP, São Paulo, não publicada.

Recibido: 22 de septiembre de 2003
Aceptado: 1 de diciembre de 2003