

O Turismo e a Gestão Cultural

Jorge Queiroz (*)

As relações entre turismo e cultura expressam muitas afinidades mas apresentam também alguns equívocos e contradições, resultado da excessiva autonomização dos respectivos domínios.

Turismo e cultura, como outros fenómenos sociais, são realidades dinâmicas, em permanente evolução nos seus conceitos, valores e modelos de intervenção.

Um equívoco mais frequente reside no facto do turismo ter criado e induzido sistemas e lógicas de gestão, uma indústria que estabeleceu os seus próprios discursos e modelos ideológicos que sobrevalorizaram aspectos quantitativos.

Durante o Séc. XX esta perspectiva colidiu com dimensões essenciais do desenvolvimento como a sustentabilidade dos territórios, a gestão racional dos recursos naturais, a preservação de equilíbrios sociais e das culturas locais. Criaram-se áreas de “densificação litoralizada”, abandonos e “vazios demográficos” nas zonas rurais

O turismo pressupõe condições prévias à sua existência, nomeadamente naturais e culturais.

Durante o século XX, acompanhando o processo de globalização, afirmou-se uma nova formulação que tudo considerava como “produtos turísticos”, também as manifestações e práticas culturais de uma determinada comunidade, propondo e promovendo alterações de conveniência e introduzindo de novos elementos formais e expressivos, com substituição de designações histórico-identitárias e estrangeirismos vários,..

A “turistificação” é um fenómeno normalmente ligado à promoção de actividades de animação turística, utilizando recursos culturais descontextualizados e deficientemente interpretados, com “espectacularização” da forma e secundarização dos conteúdos. Foram estudados muitos casos de “invenção da tradição”.

Nos últimos anos surgiram, também em Portugal, bons exemplos de cooperação estratégica em turismo cultural, projectos que se fundamentam na genuinidade, no conhecimento histórico e artístico, na integração de visitantes nas comunidades com respeito pelos valores locais, projectos de ecologia, de interpretação de patrimónios, de ciência e também de turismo solidário.

A Gestão Cultural, disciplina científica surgida nas últimas décadas como resposta aos problemas do desenvolvimento social, da gestão de infraestruturas e das indústrias culturais, centra a sua acção na investigação aplicada, na formação profissional e na gestão dos recursos culturais em sintonia com as convenções e recomendações da UNESCO, nomeadamente quanto à protecção da diversidade cultural do planeta.

A constituição da Economia da Cultura como ramo disciplinar autónomo no âmbito da Gestão Cultural, colocou em evidência realidades que transcendem a tradicional e errada visão da cultura como sector “não produtivo” ou meramente “espiritual”, subsidiado e complementar.

A especificidade dos bens culturais e valores associados, a forma como a sociedade os interpreta, valoriza e (re)produz, as relações entre oferta e procura, a mensurabilidade da produção e recepção cultural, o impacto das indústrias culturais na formação do PIB nacional e na criação de empregos, são novas variáveis a ter em conta.

A Gestão Cultural para o Turismo é neste contexto um domínio do conhecimento adequado às necessidades actuais. Esta disciplina deveria ser introduzida nas Universidades portuguesas e sobretudo utilizada pelas regiões turísticas

Encontramo-nos hoje perante uma acelerada mudança de paradigmas.

Por esgotamento de recursos e inadequação estratégica, as políticas auto-centradas e monoprodutivas serão a curto prazo inviáveis. O Algarve necessita reequacionar estratégias, valorizar o seu potencial, promover a gestão conjunta e coordenada de recursos ambientais, turísticos e culturais, com participação de investigadores, gestores de áreas de conhecimento e sobretudo das comunidades locais.

A riqueza cultural do Algarve, material e imaterial, sublinha a necessidade de complementaridades estratégicas entre as cidades algarvias e regiões vizinhas, com a valorização dos produtos do mar e do mundo rural, sublinhando identidades que evoluíram ao longo de muitos séculos e que podem ajudar a construir uma contemporaneidade personalizada, humanizada e equilibrada, por isso mais atractiva e sustentável.

(*) Sociólogo. Gestor Cultural. Presidente da Direcção da AGEAL