

Turismo, 'autenticidade' e reprodução serial da cultura

JOSÉ MANUEL FIGUEIREDO SANTOS * [jfsantos@ualg.pt]

Resumo | Este artigo ensaia a problematização do controlo turístico da cultura. Nele, interroga-se a 'autenticidade', incorporando na sua agenda os efeitos performativos do turismo. Entendido o turismo pelo que Appadurai (1990) designa de *ethnoscape*, significando com isso a requisição da cultura como esfera transacionável para a sua operatividade, nele ganham centralidade antinomias analíticas deduzidas do seu papel estrutural no património cultural. Daí, uma tensão entre trivialização e desqualificação culturais, marcada por uma hipostatização da cultura, e a sua revitalização e desenvolvimento, inscritos em políticas de afirmação identitária. Se estas categorias fazem sentido, o debate não fica imune à apropriação da cultura pelo aceleracionismo tecnológico, perpetrador da sua reprodução em série. Sem que se subtraia o turismo à teologia negativa que acompanha a 'autenticidade', sugere-se uma interlocução mais estruturada com o seu modo de apropriação pela intermediação turística, tendo como primado a ideia de que ela reflete uma clássica abcessão de realismo, acentuada com a diluição contemporânea do monopólio da cultura.

Palavras-chave | Turismo, Cultura, 'Autenticidade', Hipostatização, Revitalização.

Abstract | This paper studies the issue of the control of culture by tourism. In it, we question the authenticity, incorporating in its agenda the performative effects of tourism. Understanding tourism by what Appadurai (1990) calls *ethnoscape*, meaning thereby the requisition of culture as a tradable sphere to its operability, in it gaining centrality the analytic antinomies deduced from its structural role in cultural heritage. Hence the tension between trivialization and cultural disqualification, marked by an hypostatization of culture, and its revitalization and development, inscribed in policies of identitarian affirmation. If these categories make sense, the debate will not be not immune to the appropriation of culture by technological "accelerationism", perpetrator of its own serial reproduction. Without subtracting tourism from the negative theology that accompanies authenticity, we suggest a more structured dialogue with its mode of appropriation by tourism intermediation, with the primacy of the idea that it reflects a classic conception of realism, accentuated with the contemporary dilution of the monopoly of culture.

Keywords | Tourism, Culture, Authenticity, Hypostatization, Revitalization.

* **Doutor em Sociologia da Cultura** pela Universidade Nova de Lisboa. **Professor Coordenador** na Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT) da Universidade do Algarve.

1. Introdução

Num vasto conjunto de saberes turísticos, parece oportuna a discussão da 'autenticidade'¹ na sua interlocução com a reprodução em série da cultura. Se, a propósito dessa experiência predominantemente signífica, faz sentido falar do modo como a cultura é apropriada pela intermediação turística; se o turismo se imiscui nos modos da cultura, é instigador pensar antinomias analíticas² deduzidas dessa apropriação económica e simbólica da cultura.

Nesta discussão ganha relevo o modo de construção das identidades sociais, como chave interpretativa para a compreensão da importância que a 'autenticidade' assume na modernidade, ao motivar a produção de inúmeras mercadorias e valores, como: comidas, músicas, danças, artes, turismo e culturas autênticas³. Não será por acidente que o autêntico acaba por se constituir um fetiche socialmente mobilizador da descoberta das verdadeiras raízes dos indivíduos, constituindo o núcleo central dos trabalhos de criação de sentidos culturais na direção de evocar pertenças e de os reposicionar no âmbito das relações sociais.

E é nessa conjunção que o turismo se torna uma experiência tão mágica quanto controversa. Se 'desperta' pequenas comunidades esquecidas pela história que subitamente se veem detentoras de capitais lúdicos, também sobre ele impendem negativismos, refletidos nas diversas correntes da crítica da cultura.

Ao mesmo tempo que, na era da reinvenção dos espaços locais, cresce a procura turística, afirma-se a preocupação com a preservação dos bens culturais e naturais ameaçados.

A década de 1980 incorpora toda uma lógica de afirmação cultural em torno da memória dos povos, do regresso a uma busca identitária, marcada por uma recôndita influência rousseauiana⁴. Terá mesmo constituído um passo decisivo para que os anos 90 reflitam um paternalismo dirigista da cultura tradicional, não ficando as práticas turísticas imunes a esta dinâmica.

É suspeitando que a 'autenticidade' só em aparência se investe da atribuição de um cunho particular ao significado da experiência turística que emerge o desafio de um pensamento reabilitador de alguns fundamentos que ponham a nu a lógica social do seu sentido. Se a sua discussão ganha um significado profundo quando apreendida como processo da interculturalidade, então impõem-se debates atuais mais expressivos sobre o papel estrutural do turismo na cultura, designadamente: a apropriação das identidades locais pelo *tour*, a sua falsificação e a hipostasia da cultura sem contrafortes de 'autenticidade', pelo que ganham justificada centralidade neste ensaio.

2. A urdidura das imagens: A 'autenticidade' entre originais e cópias

Hoje, o turismo é confrontado com uma antítese entre a perspectiva de uma ocasião de libertação dos indivíduos de um feitiço poderoso da atração pela

¹ Aludida por Hewison, em *The Heritage industry: Britain in a climate of decline*, ou no modo como ela faz trânsito em Harvey, na *Condição Pós-Moderna*, para práticas autenticamente inautênticas, conquanto na busca de raízes, o que o turista encontra são simulacros, pastiches, e nada mais.

² A atualidade dessas categorias remete para os estudos sobre o tema quando, a partir dos anos 1960, surgem trabalhos, com relevo para as obras de Boorstin, Valene Smith, E. Cohen, J. Urry, D. Nash, L. Turner e J. Ash, e tantos outros especialistas atraídos pelas questões identitárias das sociedades receptoras e demais aspetos relativos aos encontros de culturas em contexto turístico. Tal, é coincidente com o facto de ser, sobretudo, a partir dos anos de 70, que a essa dinâmica se associam fenómenos que o favorecem, como o desenvolvimento das indústrias culturais e dos media e as novas orientações da UNESCO relativamente ao património.

³ A questão da 'autenticidade', como um valor na vida contemporânea, não é nova. Ela ecoa já no seu inventor, Jean Jacques Rousseau, cujas *Confissões* inspiram a constituição de um novo ideal, no qual a exploração da natureza essencial dos homens é tomada como um bem absoluto, essa mesma que é contrariada pela civilização repressora da expressão do autêntico self, deformando a sua natureza.

⁴ Referência imperativa ao aludido divulgador de uma arraigada crença moderna de que alguns remanescentes da humanidade autêntica poderiam ser encontrados em culturas mais simples, dando corpo à teoria do 'bom selvagem'.

impessoalidade e pelas sociabilidades normalizadas, e a queda no empobrecimento da experiência humana, dominada por uma euforia estetizadora, entregue a uma embriaguez das imagens que oscilam entre trivialização⁵ e revitalização culturais.

Escrutinando o turismo numa lógica de instabilização cultural, impõe-se compreender o contexto em que ele surge nesta problemática. No processo modernizador, é prudente analisá-lo no seio de um processo de transformação em que o papel da técnica afeta a constituição da experiência moderna, de um modo ainda mal compreendido.

Não se oculta que os elementos propulsores dos modos de vida dos indivíduos residem agora nas novas tecnologias. Boa parte da experiência contemporânea é hoje filtrada pelo fascínio dos *media* e “imersa no fluxo de um tempo virtual, de imagens virtuais” (Giddens, 2000, p. 19), através dos quais se difundem modelos que simulam a natureza, o imaginário e o simbólico, a uma velocidade geradora de perplexidade quanto ao nível de profundidade perpetrado pelo novo regime de produção, circulação e consumo culturais.

É penetrando no modo como a cultura se adentra na modernidade tardia que tem propriedade a interlocução com Benjamin (1992, pp. 77-78), a propósito da “reprodutibilidade técnica” da arte, isto é, da apropriação da produção artística pelo aceleracionismo tecnológico contemporâneo, perpetrador da reprodução em série da cultura, sobretudo pela

atualidade de conceitos que vogam no turismo que, embora num registo amplo, incorporam as reflexões do autor, como sejam: a ‘autenticidade’, a aura, o valor de culto e de exposição.

Neste domínio, Benjamin (1992, pp. 77-78) subtrai o domínio global da ‘autenticidade’ à reprodutibilidade técnica, precisamente porque, na sua perspetiva, a ‘autenticidade’ não é reprodutível. O desenvolvimento intensivo de determinados processos técnicos de reprodução parece ter fornecido o meio para a diferenciação e graduação da ‘autenticidade’. Acontece que, com a invenção de meios técnicos de reprodução em série da arte, a qualidade da ‘autenticidade’ fica em crise, ocasionando, como ela, a perda da “aura tradicional”, como consequência da sua multiplicação.

Num processo sintomático, que transcende o domínio da arte, poder-se-ia caracterizar a técnica de reprodução como uma forma de subtração do objeto reproduzido ao seu contexto histórico, abalando a tradição⁶. Assim, melhor se compreende que, na perspetiva do autor, se desencadeie uma estreita relação da proximidade entre os movimentos de massas dos nossos dias e as obras de arte, a que o turístico não se subtrai.

Todavia, e no caso particular da difusão de cópias fotográficas de obras de arte, o que parece perder-se é a unicidade do objeto artístico. A cópia pode não intercalar ou problematizar a ‘autenticidade’ numa escala em que Benjamin (1992) trabalha, na medida em que pode configurar um novo objeto que se faz presente, atualizando e reconstruindo as relações desse original, reproduzido em diferentes situações.

Essas diferentes molduras situacionais sugerem que se pode ter acesso a uma reprodução, antes de se ir ao encontro da obra original, como uma intermediação e, nesse sentido, a reprodução pode ganhar um estatuto de propaganda que anuncia a obra. Isso significa que, se a princípio ela perde o seu caráter intocável (como é garantido, por exemplo, pela proteção museológica), ela ganha em difusão, circulação e consumo, oferecidos pela publicitação.

⁵ Trivialização e desqualificação que suportam o argumento de que as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão agora em declínio, produzindo uma fragmentação no indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado. Assim, a chamada ‘crise de identidade’ é vista como parte de um amplo processo de mudança, que está a deslocar as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e a abalar os quadros de referência que os indivíduos tinham como uma ancoragem estável na vida social.

⁶ Ao pano de fundo destas questões parece presidir a mesma obsessão pelo realismo. Enquanto a fotografia liberta as artes plásticas da sua obsessão pela semelhança, a obsessão por uma cristalizada fixação identitária é satisfeita pela ‘autenticidade’, na busca do mesmo realismo, mas aqui de sinal contrário, inscrito na diferença, no Uno, no testemunho histórico.

Na tendência de eliminar a distância estética entre o objeto e a sua representação, Benjamin (1992) nega a ativação de qualquer nova distância que possa surgir através do próprio ato de reprodução das obras. Para fazer valer uma maior aproximação entre o recetor e a obra, o autor sacrifica a possibilidade de ocorrência de um distanciamento estético nesse processo⁷.

Ora, não é líquido que isso aconteça se vingar a hipótese de que a reprodução de um objeto de arte, por meios técnicos, ao invés de fomentar a perda da 'aura', possa mesmo ampliá-la. Tome-se, como exemplo, as imensas reproduções da Torre Eiffel, que fazem parte do *kitsch* turístico mundial, geradoras de um culto profano aparentemente quase tão ritualístico quanto o de cunho religioso, pese embora a sua receção distraída. Fazendo admitir a possibilidade de as variações na representação dos objetos poderem ser relevantes em função das molduras situacionais, elas chegam mesmo a deixar os valores de valor de culto e de exposição numa porosidade de fronteiras. Nessa base, suspeita-se que a imagem não se circunscreve àquilo que pode ser reproduzido, podendo conter em si a abertura a um processo criador de imensos reflexos, pelo que fica em falha o argumento da destruição da aura como uma consequência lógica da sua multiplicação.

A dinâmica inscrita na aparência da obra mediada pela sua reprodução mecânica parece estabelecer relações diversas das produzidas pelo original, até porque este tem uma outra materialidade e dimensão, o que modifica o seu testemunho histórico. Além disso, na reprodução, a obra de arte é recontextualizada, redimensionada. A sua aparência dificilmente carrega as relações formais de tamanho, materialidade e experiência da obra.

A ter lugar uma metamorfose perceptiva dos objetos, ela encontra tradução mais rigorosa no novo modelo de relacionamento com o real, gerado com o advento do audiovisual. Significa dizer que os processos culturais de identificação dos indivíduos passam a produzir-se na prevalência de imagens de computação e da importância cognitiva que se lhes

associa, como sintoma de uma tradição estética e lúdica que se instala num contexto de distanciamento e de perda de referência do real, por demais mediado pelas reproduções.

No mundo moderno, é inevitável uma crise das representações. No dizer de Nogueira (1997, p. 17), "não só os sujeitos, senão também os objetos e, sobretudo, o espaço no qual se encontram, parecem, cada vez em maior grau, aureolados por um suplemento de representação que os dispõe fatalmente a tornar-se imagens no seio da topologia do imaginário social".

Com a emergência dos novos media perde-se a estabilização do pensamento em torno de uma identidade absoluta, que se torna "terreno de negociação dos sujeitos com a cultura objetiva que os cerca e interpela." (Fortuna, 1999, p. 1).

A problematização da versatilidade identitária ganha pertinência, conquanto as dinâmicas de ludificação dos territórios intensificam conflitos e alimentam interesses divergentes. Daí, a análise das figuras que tais transformações recriam, como a problematização das identidades face ao turismo, onde conceitos como a 'autenticidade' se refratam na reprodução em série da cultura.

Compreende-se que os agentes turísticos necessitem de 'idioculturas' (Mendes, 1994, p. 157), isto é, de uma produção de identidades que ative "estratégias defensivas para simplificar e reduzir a informação existente e restaurar e refazer a ordem social sempre que ela é quebrada" (Mendes, 1996, p. 156).

Com efeito, muitos dos produtos mediatizados são construções simbólicas moldadas de acordo com fórmulas pré-estabelecidas e impregnadas com narrativas de temas, personagens ou paisagens estereotipados que, através de um pseudorealismo, simulam identidades na diferença e na repetição, acarretando um sentimento de perda.

⁷ Com efeito, Benjamin não previu que as técnicas de reprodução envolvessem uma universalização do estético, geradora de novas mitologias capazes de investimentos no simulacro. O culto do Novo acaba substituído pelo culto do simulacro, correspondente à elevação aurática da técnica.

Controverso, até pela sua exogenia cultural, o turismo mais não faz que refletir uma sensibilidade própria da modernidade radical, em que o sujeito se (re)inaugura numa cultura individualista, ao mesmo tempo que regride na mistura sobrevinda ao nivelamento da individualidade pela hibridez cultural.

Nas estratégias que combinam desejos de diferença, de revitalização relativamente à similaridade e ao conformismo, o turismo também surge como prática corruptora do significado, produzida por um consumo induzido que, como diriam Adorno e Horkheimer (1985 p. 169), “confere a tudo um ar de semelhança”, de difícil subversão.

Já o movimento regenerativo sugere que é da crise de submissão do mundo ao jogo de imagens ilusórias do desaparecimento do real que brota a afirmação desse real, refletido na resistência de culturas que rejeitam o código de valores esquecidos ou espezinhadados.

O problema está na manipulação simbólica das identidades sociais face ao turismo, e na possibilidade de encenação e de destituição da ‘autenticidade’.

Na discussão da apropriação da cultura pelo turismo, observa-se que ela tanto pode exprimir a memória de um grupo que já não existe, como a memória de um grupo virtual, ou a de um grupo ainda vivo. No primeiro caso, pensando em exemplos como a cultura Egípcia, o consumo visual orienta-se para o conservacionismo balsâmico de um passado outro. Mas, muitas das culturas situam-se no segundo patamar, por configurarem, apenas superficialmente, a memória de herdeiros atuais de habitantes e exprimem mais uma identidade local⁸, ou seja, a memória do grupo virtual (e por vezes atualizada) dos portadores desta identidade. Em tese, este modo

de expressão cultural permite pensar um território extradeterminado, inscrito num processo de mundialização da cultura, em que esta se constitui como capital e permite a apropriação da memória de um grupo desaparecido muito específico, porque se apresenta aos visitantes como cristalização estética simbolizadora de uma experiência comum.

Já o registo relativo à apropriação da memória de um grupo virtual (e por vezes atualizada) dos portadores desta identidade remete para uma cultura prenhe de ativismos orientados para uma ativação da memória com recurso a celebrações e a rituais induzidos. É neste segundo nível que se processa uma lógica de hipostatização cultural, através da qual o inautêntico ganha particular acuidade, através de um conjunto de registos que se aflora.

2.1. Turismo e restitucionismo cultural

Na experiência moderna despontam novas qualidades e formas de expressão operadas nas transformações dos modelos de conduta e sensibilidade⁹ dos indivíduos, bem captadas por Simmel.

É no seio dessas mudanças, que animam os modos de circulação no espaço, que melhor se compreende o ímpeto regenerador presente no modo como a modernidade vive a crise da representação, num desejo de regresso a um passado arcaico, fonte de ‘autenticidade’, imerso num sentimento de perda e de expatriamento, pela dissolução do monopólio da cultura.

Ainda que os românticos tenham preconizado a independência da arte, o seu idealismo quixotesco não combina com as transformações da vida social e urbana dos séculos XIX e XX.

Nessa ilusão inscreve-se um restitucionismo turístico de cariz neorromântico, operador da mística e do gosto, indissociável das “características da cultura e da sociedade contemporâneas que os indivíduos tomam como um recuo e uma decadência, a despeito do progresso da nossa civilização” (Taylor, 1994, p. 9).

⁸ Entenda-se o local como uma fluidificação heterogênea e conjuntural, que está para além do território de circunscrição habitacional dos indivíduos. Ele incorpora não só uma complexa rede de grupos envelhecidos, grupos regionalizados, emigratórios, mas também comunidades imaginadas pelos media e pelo turismo.

⁹ Modelos de que a teoria elisiana se socorre ao discutir a interdependência entre os sujeitos, a vida em sociedade, a rotina e o prazer. Ver Norbert Elias e Eric Dunning, *A busca da excitação* e o trabalho desenvolvido nas baías de *O processo civilizacional*.

É o caso da folclorização¹⁰ preservacionista que, ao ser recenseada como património turístico, deixa de ser uma expressão própria de celebrações ritualistas, relativa a uma vontade de participação e reconhecimento nos signos da vida institucional local e dos indivíduos, qual recurso a identidades encenadas, ou conservadas por supressão.

Daí que, como MacCannell (1992, p. 3) observa, o turismo denuncie um naturalismo estético, em que a 'pureza' e a 'autenticidade' da cultura parecem representar o sopro renovador da criatividade, num processo paradoxal de destradicionalização desses espaços.

No fundo, é no seio dessas culturas "artificialmente preservadas" (MacCannell, 1992, p. 8), que as amarras turísticas, nas quais o "restitucionismo ocupa um lugar privilegiado" (Löwy & Sayre, 1995, p. 93), ao traduzirem um sentimento de perda e a consequente recusa da realidade social do seu tempo, fazem com que a viagem se abra ao sentido preservador da tradição¹¹.

Esse passado, como ideal de síntese de uma 'autenticidade' inventada, é descrito por Ballart (1977, p. 50). como "o passaporte ideal para o transporte a paraísos perdidos, através de um túnel do tempo que alimenta a nossa fantasia e nos ajuda a recuperar o tempo perdido".

Compreende-se que, hoje, ganhem centralidade experiências arquetípicas de um turismo emblemático do indivíduo moderno que busca 'autenticidade' noutros espaços como forma de precaver a "falsa consciência turística"¹².

2.2.0 turismo e a 'coisificação' da cultura

As práticas turísticas encaminham o uso do termo objetificação, fixado por Handler (1988, p. 14), que é o "de se ver a cultura como uma coisa: um objeto ou uma entidade natural feita de objetos e entidades (traços)".

Assim, a reificação cultural integra o processo de estetização do local¹³ transformado em paisagem

contemplativa de um espaço imaginário que suscite uma ecologia das emoções, que funcione como economia de memória, a que não é alheia a sua convergência culturizadora¹⁴.

Se à 'autenticidade' preside uma função contestatória de feição romântica, encontrando nela ecos da crítica de Adorno e Horkheimer (1985), então bem pode ser também a metáfora sob a qual se abriga a oposição a uma valorização pueril da cultura como recurso mercantil.

Se esta controvérsia supõe o aprisionamento dos espaços culturais, já autores como Boissevain (1996) abraçam um pensamento diverso quanto aos processos patrimonializadores. Mesmo analisando o consumo turístico numa lógica mercantil, dele faz depender o desenvolvimento e a revitalização de identidades, a redescoberta das tradições, a proteção das *back regions*, o desenvolvimento económico de regiões em crise.

¹⁰ Denomina-se folclorização ao fenómeno "que acompanha estes processos de arcaização das técnicas, dos modos de fazer e das modalidades discursivas tradicionais. Consiste no esquecimento das funções que as técnicas antigas asseguravam, convertendo-as em formas esvaziadas, e no aparecimento de uma espécie de culto para com as formas antigas" (Rodrigues, 1994, p. 202). Já por folclore tome-se as formas de exposições cenográficas, coreografadas pela atividade 'tradicional' dos artesanatos, ou de cenografias revivalistas das festividades das aldeias.

¹¹ A invenção da tradição reflete como "os processos socioculturais locais se configuram historicamente de acordo com certas interpretações da história, dos costumes populares e do valor dos símbolos culturais dos povos; e inclusive usa-se esta categoria ('invenção') para se referir ao modo como a antropologia constrói o discurso etnográfico (que não há que confundir com o ponto de vista do "outro"), como discurso legitimador de práticas sociais e políticas". Campos (1999, p. 49).

¹² Quando combinados com a dicotomia palco-bastidores de Goffman (1974), os turistas tomam os cenários turísticos como pseudoacontecimentos a desventrar no recôndito do autêntico – os bastidores.

¹³ Podendo entender-se um conjunto inter-relacional entre espaços, de triplíce dimensão: na sua fisicalidade, sociabilidade e temporalidade. Trata-se de um conjunto de instituições produtoras da constituição de práticas e bem assim da sua estruturação (Cf. Thrift e Williams, 1987, pp. 16-17).

¹⁴ Entendida como "prática monumentalizadora de elementos de caráter arqueológico, histórico e/ou etnográfico, por vezes insignificantes, inconsistentes ou até falsos [... que se explicam] pela força e, ao mesmo tempo pela fraqueza que a cultura parece ter vindo a adquirir na luta contra os interesses puramente económicos" (Seixas, 1999, p. 54).

Assiste-se, portanto, a uma prática simbiótica condensadora de uma série de objetos que, na base da metáfora turística, são promovidos ao consumo. Mas, isto nada diz contra ou em abono do turismo. Apenas o situa como elemento articulador de uma produção de símbolos envolvidos numa diluição de resistências estruturais, culturais ou ideológicas suscitadas pela comercialização dos modos de vida dos indivíduos, e onde as esferas da vida social e individual são reorganizadas em função da lógica do consumo (Lipovetsky & Charles, 2004).

O turismo constitui apenas uma das expressões da trajetória cultural de uma modernidade marcada pelo signo do excesso, e do excesso de signos, pelo movimento e pelo declínio das tradicionais estruturas de sentido, onde os sistemas de representação de mundo incorporam um consumo efêmero e em permanente reciclagem.

Esta objetificação é potenciada pelas indústrias culturais e do lazer; pela sensibilidade romântica; ou pela incapacidade dos estados-nação em se substituir a outros vínculos identitários. Ela pode ser vista como emancipação, ou como hipostasia. Num cenário de 'identidades ameaçadas', o arcaísmo romântico configura uma variante de compressão identitária, ao tentar imitar ou ressuscitar "traços de alguma outra sociedade prestigiosa" (Graburn, 1976, p. 25) que, de outra forma, seriam esquecidos.

Se o resgate romântico da 'autenticidade' dá conta deste iate, ele gera também problemas que põem em dúvida as suas conquistas. A operacionalização da 'autenticidade' para a recolocar no imaginário turístico também é deslocada para um registo da modernidade contra o qual os românticos lutam. E essa falha produz-se em dois planos: o da conformação simbólica de um todo identitário à dimensão da nação moderna e o da inserção desse culto no mercado cultural.

Num registo dirigido ao património, Bourdin (1993) admite que as críticas ao turismo cultural são acompanhadas de incompreensão. Dirigem-se a uma exigência de 'autenticidade' que tem subjacentes teorias elitistas dificilmente defensáveis, uma vez que

o património se recobre de um trabalho do presente sobre o passado e não de uma restituição impossível. A atribuição de significado à memória reinventada não chega para desenvolver a criatividade necessária aos espaços urbanos. Os inovadores são indispensáveis ao movimento de inovação urbana. A cultura museificada, toda património, ou toda evento, não suprime a desordem da criatividade, que sustenta a inovação requerida à dinâmica cultural dos espaços, porque quando "tudo é apenas ordem, beleza, luxo, calma e voluptuosidade o definhamo urbano não se encontra longe" (Bourdin, 1993, p. 27).

Assim, é legítimo ver aqui um desdobramento semelhante às formas de sociabilidade: esta forma de comemoração sem objeto seria ainda a forma pura de comemoração, tal como o património que, sem ligação a um grupo existente, pode constituir uma forma pura de memória coletiva.

3. Considerações finais

Grosso modo, destas ativações culturais, que acabam por se inserir no confronto entre duas lógicas, a turístico-comercial e a lógica identitária, tudo indica que, do seu lastro, podem ressaltar as reflexões seguintes:

- i) a ambivalência do turismo tanto pode ressaltar no confronto com cenários ficcionais, um sentimento de decepção gerado pelas mudanças operadas na cultura, quanto o convite a uma releitura baseada na aceitação de uma cultura situacionalmente induzida face às visitas;
- ii) experiências autênticas e não autênticas, contrastes e repetições, valores de culto e de exposição, encontram-se inacabados, sem que cada um esteja aprisionado num atributo;
- iii) o turismo aciona significados negociáveis que se sobrepõem e inter-relacionam, devendo ser vistos como experiências que remetem para a consciência de que o fundo de verdade desta problemática reside mais na operatividade da sociologia clássica, com as suas particularizações

culturais, uma vez que o sincretismo e a mestiçagem inerentes ao hibridismo (Canclini, 1997) sempre foram a regra. Estes processos emaranham-se numa contaminação em que não é mais possível distinguir fronteiras de significado entre a vida e as suas representações, tudo assentando em respostas mais ou menos criativas ao mundo moderno na sua radical problematidade;

- iv) a 'autenticidade' constitui um 'capital simbólico' importante, por se posicionar como plataforma de uma intensa produção de símbolos, práticas e representações sobre a genealogia e a identidade de pessoas e grupos na modernidade, pelo que importa investigar, mais aprofundadamente, a sua sede no mundo moderno, os seus modos de construção e expressão nas práticas quotidianas;
- v) a problematização das formas de apropriação da cultura pelo turismo, e a teologia negativa que acompanha a 'autenticidade' refletem processos de diluição do monopólio da cultura. Passaram a ser inúmeros os atores que, na modernidade, a colocam em carga, ao ceder espaço a um amplo cenário que vai dos média, aos eruditos, aos agentes turísticos, passando por académicos, políticos, mediadores locais (associações ou indivíduos) e populações locais;
- vi) assim, embora a 'autenticidade' compareça como tentativa romântica de demarcação de singularidades, o campo analítico em que a modernidade forja o turismo recusa-a como questão interna às suas práticas, incorporando-a como elemento sumativo da composição da vida moderna.

Referências bibliográficas

- Adorno, T., & Horkheimer, M. (1985). *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Appadurai, A. (1990). Disjunctive and difference in the global cultural economy. In M. Featherstone (Ed.), *Global culture: Nationalism, Globalization and modernity*. London: Sage.
- Ballart, J. (1977). *El patrimonio histórico y arqueológico: Valor de uso*. Barcelona: Ariel.
- Benjamin, W. (1992). *Sobre arte, técnica, linguagem e política*. Lisboa: Relógio d' Água.
- Boissevain, J. (Ed.). (1996). *Coping with tourists: European reactions to mass tourism*. Providence, Oxford: Berghahn.
- Bourdin, A. (1993). Turismo patrimonial, cidade e civilização dos indivíduos. In L. Batista & J. P. S. Nunes (Orgs.), *Cidade lúdica, cidade residencial* (pp. 350). Lisboa: Instituto de Estudos e Divulgação Sociológica.
- Campos, J. R. (1999). También se puede inventar la naturaleza?: El poder del language de la cultura posmoderna. *Etnográfica – Revista Semestral de Antropología do Centro de Estudos de Antropologia Social (ISCTE)*, 3(1), 49-70.
- Canclini, N. G. (1997). *Hybrid cultures, strategies for entering and leaving modernity*. London: University of Minnesota.
- Fortuna, C. (1999). *Identities, percursos, paisagens culturais, estudos sociológicos da cultura urbana*. Oeiras: Celta.
- Giddens, A. (2000). *O mundo na era da globalização*. Lisboa: Presença.
- Graburn, N. H. (1976). *Ethnic and tourist arts: Cultural expressions from de Fourth World*. Berkeley: University of California.
- Handler, R. (1988). *Nationalism and the politics of culture in Quebec*. Madison: The University of Wisconsin.
- Lipovetsky, G., & Charles, S. (2004). *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla.
- Löwy, M., & Sayre, R. (1995). *Revolta e melancolia: O romantismo na contramão da modernidade*. Petrópolis: Vozes.
- MacCannell, D. (1992). The Locke case. In D. MacCannell (Ed.), *Empty meeting grounds* (pp. 346). London: Routledge.
- Mendes, J. M. (1994). As identidades sociais como políticas e como estratégias: O caso dos Açores. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 40, 153-172.
- Mendes, J. M. (1996). O regionalismo como construção identitária: O caso dos Açores. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 45, 127-142.
- Nogueira, L. (1997). *La risa del espacio, el imaginário espacio-temporal en la cultura contemporânea: Una reflexión sociológica*. Madrid: Tecnos.
- Rodrigues, D. (1994). *Comunicação e cultura: A experiência cultural na era da informação*. Lisboa: Presença.
- Seixas, P. C. (1999). Outros mapas: Impactes socioculturais e antropologia de urgência. *Trabalhos de Antropologia e Etnografia*, 39(3-4), 45-59.
- Taylor, C. (1994). *Le malaise de la modernité*. Paris: Les éditions du Cerf.
- Thrift, N., & Williams, P. (1987). *Class and space: The making of urban society*. London: Routledge & Kegan Paul