

TURISMO SUSTENTÁVEL

TRADIÇÕES

NUM

MUNDO

GLOBAL

Como podem as populações, num mundo global, preservar os seus hábitos, usos e costumes? Como defender a cultura local, conservando o que é distinto dos outros? O mote está lançado para a reflexão que se segue

Ei-los que chegam. Ei-los que partem. Buscando, noutras paragens, ouvir histórias que não ouvem em mais nenhum lugar do mundo. Noutras aragens, entre outros povos, querem ver, experimentar e sentir o que não há noutra local do planeta. Adaptamos as palavras da canção de Manuel Freire para falar de turismo, de quem procura experiências únicas, e não da dureza da emigração, “onde o suor se fez em pão”. Todavia, são, sobretudo, eles, os emigrantes, que longe do país tentam não esquecer a matriz que os sustenta, através da gastronomia, da cultura e da língua que vão transmitindo aos filhos e netos. Para que não percam as raízes. Mesmo que estejam nos antípodas do mundo a receber outros estímulos.

“Os emigrantes possuem múltiplas identidades e são embaixadores dos países de origem nos países de acolhimento e embaixadores dos países de acolhimento nos países de origem. Todos nós vivemos processos de aculturação independentemente de sermos emigrantes ou não. As culturas locais e as tradições são processos dinâmicos, em constante mudança e reinvenção. E os emigrantes contribuem para a globalização das suas culturas e para a sua valorização”, explica Graça Joaquim, investigadora do Centro de Investigação e Estudos de Sociologia – Instituto Univer-

sitário de Lisboa (CIES-IUL) e professora na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE).

VALORIZAR O QUE É ÚNICO

Se, por um lado, a globalização parece empurrar para a standardização, tudo parece igual em todo o lado, aqui ou na China; por outro, pode estimular e valorizar a diferença. Hoje, as tradições e a cultura local são conservadas e preservadas também para consumo turístico. “A globalização tem sido um dos fatores determinantes na valorização das culturas locais e das tradições. E da sua mediação. É exatamente por vivermos num mundo globalizado, onde partilhámos tanto ao nível da cultura popular de massas, dos consumos, das tecnologias, dos transportes, das viagens e do turismo, que, o que é único, específico e diferente de cada cultura é fortemente valorizado e tem cada vez mais estatutos nacionais e internacionais de proteção”, sublinha a investigadora.

A globalização tem múltiplas dimensões e funciona a várias escalas. A escala local é um dos elementos centrais da globalização, que tem uma forte componente

de ‘glocalização’. Note-se que as marcas globais também já começaram a rever as suas estratégias entrando em diálogo com o local onde se instalaram – é a tal glocalização: agir localmente, pensando globalmente. No Japão, uma cadeia famosa de restauração introduziu hambúrgueres de peixe para consumo do mercado nipónico. Em Portugal, apostou nas sopas, valorizando esse hábito antigo português.

IDENTIDADE NACIONAL, REGIONAL E DE BAIRRO

A discussão em Portugal sobre a preservação do que nos distingue dos outros povos tem vindo a ser feita. A sensibilidade para o assunto já existe. Contudo, para Graça Joaquim, que estuda a área turística há mais de 30 anos, falta ainda mobilizar a sociedade civil, através da “criação de associações de base local que debatam o tema, em termos de cooperação e sinergias entre

os vários atores: associações, instituições públicas e empresas”. A docente realça: “A questão do que é único, específico e diferente é absolutamente crucial para que as pessoas se revejam numa identidade que seja local, regional e nacional. Todos somos cidadãos do mundo; no nosso caso somos,



“A GLOBALIZAÇÃO TEM SIDO UM DOS FATORES DETERMINANTES NA VALORIZAÇÃO DAS CULTURAS LOCAIS E DAS TRADIÇÕES”

FOTOS: JOSÉ FRADE/ARQUIVO



essencialmente, cidadãos europeus, mas as pessoas querem sentir uma identidade nacional, depois uma identidade regional e uma identidade de bairro.”

“Não é incompatível querer viajar para a Ásia e pertencer à minha associação de bairro, participando nas suas atividades. Eu preservo melhor aquilo que me distingue se tiver uma lógica de abertura. O local e o global não são antagónicos. Ao mesmo tempo que as pessoas vão ver um filme de Hollywood, também querem ou-

A investigadora Graça Joaquim considera que a sociedade civil em Portugal é frágil. É necessária a “criação de associações de base local” que cooperem com outros atores, como instituições públicas e empresas, para que se preserve o que é “único, específico e diferente”

vir fado vadio, pertencer ao seu grupo, a uma associação local. É tudo planetário, mas, em simultâneo, também é tudo específico e diferente”, acrescenta.

Há algumas décadas (não muito longínquas) associavam-se algumas tradições aos grupos sociais desfavorecidos. Hoje, estima-se, até com algum orgulho, coisas que no passado eram olhadas de soslaio, que estavam conotadas com a pobreza. Eis exemplos na gastronomia: a sardinha, a cavala e as migas. A alimentação dos pobres está a ser reinventada por nomes reconhecidos da cozinha. Na música, por sua vez, o fado é cantado por gente nova, que se veste de outra maneira, e tocado com outros instrumentos. Quem não se lembra de a Amália ser criticada nos anos 60 por cantar poetas? As tradições são reinventadas e reconstruídas em todas as gerações.

SENTIMENTO DE PERTENÇA

Quando se conhece o que é nosso, aprende-se a valorizar o que faz parte da identidade, aquilo que nos define enquanto povo. A escola é primordial para transmitir e ajudar a refletir sobre a História. Depois,

vem o envolvimento nas comunidades a que se pertence para perpetuar a memória e fazer o que ainda não foi feito: “Nós, em Portugal, temos um envolvimento muito baixo na sociedade civil, comparativamente com outros países europeus. Temos

muitas associações, mas pouca gente envolvida. A nossa sociedade civil é frágil”, constata a investigadora.

“Se não defendermos as tradições e a cultura local, ficamos perdidos. O sentimento de pertença e identidade é fundamental. Quando essa identificação não existe, quando as pessoas se sentem arredadas daquilo que é delas, criam-se

sentimentos de hostilidade e ressentimento que, no contexto do turismo, são gravíssimos. É preciso articular a questão da proximidade com a questão da distância global, que são complementares”, alerta.

Apesar de todo o mundo ser composto de mudança, tomando sempre novas qualidades, como escreveu Camões, é o conhecimento do que somos e de onde viemos que nos leva para onde temos de ir.

SÍLVIA JÚLIO

“SE NÃO DEFENDERMOS AS TRADIÇÕES E A CULTURA LOCAL, FICAMOS PERDIDOS. O SENTIMENTO DE PERTENÇA E IDENTIDADE É FUNDAMENTAL”