

ETNICIDADE E TURISMO: COMUNICAÇÃO PRELIMINAR DE PESQUISA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Poliana Fabíula Cardozo¹

Resumo: Este artigo pretende ser uma comunicação preliminar da pesquisa de dissertação de mestrado da autora, dentro da temática da Etnicidade e o Turismo, focando a questão da etnicidade árabe em Foz do Iguaçu. Pretende expor alguns conceitos que serão utilizados na dissertação, tais como: etnicidade, étnico e produto turístico. A partir desses conceitos, toca algumas tendências para o turismo, e algumas reflexões para o turismo étnico.

Palavras Chave: Etnicidade – Produto Turístico – Turismo Étnico - Foz do Iguaçu

Abstract: This essay intends to be a preliminary communication of the research of tesis of the author's master's degree, inside of the theme of Ethnicity and the Tourism, focusing the subject of the Arab ethnicity in Foz do Iguaçu. Its intends to expose some concepts that they will be used in the tesis, such as: ethnicity, ethnic and tourist product. To leave of those concepts, its coment some tendencies for the tourist activity, and some reflections for the ethnic tourism.

Key Words: Etnnicity - Tourist Product - Ethnic Tourism – Foz do Iguaçu

Introdução

Em artigo apresentado, na edição anterior deste Seminário de Pesquisa, intitulado “**A imigração árabe em Foz do Iguaçu:** conservando sua cultura através de suas instituições

¹ Mestranda em Turismo, Universidade de Caxias do Sul –
Docente curso de bacharelado em Turismo, Centro de Ensino Superior de Farroupilha
polianacardozo@yahoo.com.br

representativas” foram expostos: um resumo da imigração árabe no Brasil, com foco em Foz do Iguaçu, e uma reflexão da maneira como este fluxo migratório estruturou-se e organizou-se com entidades representativas. O artigo analisou quatro destas instituições na cidade de Foz do Iguaçu a fim de observar a relação que elas tem com a formação e o manutenção da cultura árabe na cidade, dentro do prisma das mudanças comportamentais das organizações. As reflexões e idéias contidas neste artigo fazem parte da dissertação de mestrado da autora. E o presente artigo pretende ser uma comunicação preliminar da pesquisa desta dissertação de mestrado, dentro da temática da Etnicidade e o Turismo, focando a questão da etnicidade árabe em Foz do Iguaçu.

A dissertação de mestrado é um estudo teórico e reflexivo, que visa a solução de algum problema relevante. A dissertação aqui comunicada, expressa o desejo de dar continuidade a estudos anteriores já realizados sobre planejamento turístico e cultura árabe em Foz do Iguaçu, acompanhando dentre outros aspectos os processos de mudança cultural na comunidade estudada. Isto resultou no interesse pelo tema da pesquisa atual dentro da linha de pesquisa “Planejamento e Gestão do Turismo”, enfocando o tema “Turismo e Patrimônio Cultural” do Programa de Pós Graduação em Turismo *stricto sensu* da Universidade de Caxias do Sul.

Quanto aos fins, esta pesquisa é de natureza exploratória, aprofundando a análise da etnicidade árabe de Foz do Iguaçu frente às possibilidades de fruição turística. Trata-se de um estudo de caso que permitirá o conhecimento em profundidade dos processos e relações sociais ao que se propõe, posto que é possível a reunião de elementos de riqueza de detalhes, visando à análise das possibilidades para tal fruição turística.

Quanto às fontes que estão sendo utilizadas, a pesquisa será baseada em dados obtidos através de fontes primárias e secundárias e de pesquisas de campo. A realização dessa pesquisa implicará duas etapas, com metodologias diferentes, conforme sua função em relação aos objetivos propostos pela mesma.

A primeira etapa consiste em pesquisa exploratória em profundidade para esclarecimento da hipótese, para tal, será utilizada como procedimento metodológico pesquisa de dados em fontes primárias e secundárias, valendo-se, para tanto, de consulta documental, bibliográfica, revistas científicas, e outras, para obtenção de informações tanto de caráter qualitativo, quanto de caráter quantitativo disponível.

Os assuntos iniciais para a coleta, análise, seleção e sistematização da bibliografia serão: etnicidade, cultura árabe, imigração árabe no Brasil, produto turístico e turismo étnico.

A segunda etapa consiste em levantamento de dados através de pesquisa de campo

com metodologia de observação direta intensiva não participante, através de entrevistas semi estruturadas e documentação direta, composta pelas seguintes fases:

- a) Caracterização do Município: com base de dados secundários, tratar-se-á dos aspectos históricos, demográficos, sociais, políticos, econômicos e turísticos do município;
- b) Caracterização da etnicidade árabe no município de Foz do Iguaçu:
 - Levantamento/inventário: através de cadastro das manifestações;
 - Ciclo de entrevistas com imigrantes e descendentes; e
 - Registro fotográfico.
- c) Avaliação das manifestações que podem agir como produtos turísticos.

Os resultados, e seus cruzamentos, gerados pelas duas etapas desta pesquisa permitirão análises interpretativas sobre o assunto etnicidade árabe e turismo em Foz do Iguaçu, proporcionando assim a conclusão sobre o objetivo, problemas e hipóteses propostos pela pesquisa.

Caracterização da cidade de Foz do Iguaçu

A caracterização da cidade de Foz do Iguaçu vem a ser uma descrição da cidade sobre seus aspectos turísticos, localização geográfica, economia e história (no que toca aos fluxos migratórios que para lá se dirigiram).

Com 270 mil habitantes, Foz do Iguaçu está localizada no extremo Oeste do Paraná, na fronteira do Brasil com o Paraguai e a Argentina, às margens dos rios Paraná e Iguaçu. A cidade é ainda um dos principais portões de entrada para o Parque Nacional do Iguaçu.

Os diferentes grupos étnicos residentes na cidade de Foz do Iguaçu, - latino-americanos, europeus, japoneses, chineses, taiwaneses e os próprios árabes - fazem dela uma cidade multicultural. Os fluxos de imigrantes encaminharam-se para Foz do Iguaçu motivados pelas perspectivas positivas de enriquecimento rápido e fácil com o comércio no país vizinho, Paraguai. O enriquecimento se deu em alguns casos, e a grande maioria dessas pessoas nunca mais deixou a cidade, formando ali suas famílias e em muitos casos comunidades inteiras. A existência dessas diversas etnias e sua influência no cotidiano da comunidade local possibilita a realização de trabalhos de pesquisa, estudos e também o planejamento de atividades que mostrem as evidências mais acentuadas das etnias radicadas.

Algumas dessas etnias já estão há tempos, outras são mais recentes. Mas o certo é que quase todas elas deixam na cidade um legado cultural forte que pode ser visto em edificações,

rostos e expressões dessas pessoas, seus costumes, restaurantes com comidas típicas, festividades entre outros. De todas as etnias presentes na cidade, a árabe em sua maioria composta por libaneses e sírios é a mais expressiva, tanto em número de indivíduos como em manifestação de sua cultura, e foi também uma das primeiras a chegar na cidade, por isso foi a etnia escolhida para ser estudada na dissertação de mestrado.

A atividade turística de Foz do Iguaçu atualmente está apoiada nos atrativos ecológicos, técnicos científicos e na organização de eventos programados e congressos, mas amparada por sua estrutura urbana equipada por vias de acesso, transporte, serviços, agências de viagens, hotéis, restaurantes, áreas de entretenimento, parques, praças e logradouros, a cidade de Foz do Iguaçu apresenta condições para a utilização e efetivação de seus atrativos turísticos culturais, incrementando assim a oferta já existente, e revelando sua variedade étnica cultural aos visitantes.

Caracterização do objeto de estudo: comunidade árabe de Foz do Iguaçu

Para que haja entendimento sobre a comunidade árabe de Foz do Iguaçu, é necessário que haja compreensão sobre o Mundo Árabe, dentro de seus aspectos culturais, e também sobre a imigração árabe para o Brasil.

Sobre o Mundo Árabe, a pesquisa, bibliográfica, trata de uma descrição geográfica, e econômica. E ainda traça alguns pontos culturais em comum que os países árabes teriam entre si. Em termos culturais, trata da língua árabe, arquitetura, festividades (incluindo neste quesito música e dança), gastronomia, e trajes típicos.

Parece pertinente diferenciar árabe de muçulmano, pois em muitas ocasiões vêm-se esses dois termos sendo usados como sinônimos um do outro. Árabe é relativo à cultura e modo de vida das pessoas oriundas do Mundo Árabe. E muçulmano é referente à religião islâmica. Muitas vezes também é difícil discernir a religião da cultura neste caso específico (árabe e muçulmano), uma vez que a religião muçulmana é um completo modo de vida, pois o livro considerado sagrado para a religião, o *Corão* (do árabe recitação), dita normas e condutas estritas para as mais diferentes atividades da vida de uma pessoa.

Sobre a imigração árabe no Brasil, através de pesquisa bibliográfica, fora possível observar as razões pelas quais os árabes deixaram seus países de origem e vieram para o Brasil, e também os períodos em que isto ocorrera. Outrossim, pode se constatar quais as regiões do país para as quais eles se dirigiram. Posteriormente, a análise avança para a

imigração árabe no Paraná, e especificamente em Foz do Iguaçu, e para tal utiliza-se e observação direta extensiva e intensiva não participativas.

Especificamente, sobre a imigração árabe em Foz do Iguaçu, são abordadas especialmente as manifestações culturais que seriam passíveis de fruição turística, tais como: arquitetura, festividades e gastronomia. A caracterização destas manifestações se dá mediante registro fotográfico, cadastro e observação direta intensiva não participante, cujo instrumento utilizados foi entrevista semi estruturada.

Fundamentação Teórica:

A fundamentação teórica da dissertação de mestrado trata da etnicidade e do turismo. Especificamente, da etnicidade de forma conceitual. No tocante ao turismo, trata de produto turístico conceitualmente. O encontro desses dois conceitos, etnicidade e turismo, levará ao conceito de turismo étnico, e reflexões para tal.

Estes temas abordados na fundamentação da pesquisa se mostram pertinentes pelo fato de o trabalho tratar de uma etnicidade advinda de povos transplantados, e não autóctone e discute como estes lutam para preservar seus valores de origem, e como incorporam novos valores no país que os recebe.

Do ponto de vista do turismo, discute os conceitos de produtos turísticos e as tendências para os mesmos, uma vez que a dissertação trata de analisar formas de fruição turística para o legado da etnicidade árabe. Dentro dessas tendências, encontrar-se-á o turismo étnico e, então, a reflexão e discussão sobre o mesmo.

Os conceitos de etnicidade utilizados na dissertação, que nortearão a discussão e análise da mesma, são:

Por etnia, Santayana (2002, p.325) reflete sobre a identificação das mesmas, que segundo ele, o primeiro traço, seria a “associação dos grupos humanos com o espaço que ocupam”, e ainda indica que outros traços podem ser identificados, tais como: “a língua, os costumes, os instrumentos da vida, mas todos eles como sabemos, amarrados, de uma forma ou de outra, ao espaço circundante, que, sendo a extensão da consciência, é o *oikos*, a casa” (*op cit* p.325). Esta extensão, colocada pelo autor, deve ser entendida como a consciência de pertença a um determinado lugar, um país, uma região, uma cidade, onde possa sentir-se no lar. Então, dentro da reflexão deste autor, o conceito de etnia tocaria não apenas aspectos culturais, mas os coloca situados espacialmente em uma determinada localidade, e que esta

seria também fonte de identificação da comunidade étnica.

Castells (2002, p. 71) ao tratar da questão da etnia, fala que “ao longo da história da humanidade a etnia sempre fora uma fonte fundamental de significado e reconhecimento. Trata-se de uma das estruturas primárias de distinção e reconhecimento social, como também de discriminação”, e ainda defende a idéia de que etnia “vem sendo especificada como fonte de identidade” (*op cit.*, p.72).

Grünewald (2003, sem página) explica que: “a construção, promoção ou fortalecimento de sinais diacríticos que caracterizam um povo é o próprio âmbito da etnicidade”. Mas o autor ainda atenta para o fato de que essa etnicidade não estaria ligada estritamente à etnicidade clássica colonial, mas também a diversas formas de construção de fronteiras de grupos sociais que se fixam em linhas étnicas. A isto o autor trata de novas etnicidades que:

“Sem negar esta primeira forma de alinhamento, emergem de forma fragmentária, com segmentações internas e, em muitos casos, não conseguindo operar como totalidades. São movimentos localizados de emergência de novos sujeitos sociais, novas etnicidades, novas comunidades em posições subalternas que tentam falar de si mesmos contra o mundo anônimo e impessoal das forças globalizadas presentes na diversidade do mundo pós-moderno” (*op cit*, sem página).

Para Grünewald, a etnicidade extrapolaria o autóctone e, através disto, levaria à reflexão de que o conceito tocaria também comunidades transplantadas, muitas vezes, fruto de imigrações, que construiriam suas identidades através de fragmentos trazidos da terra natal inseridos e, não raro, cambiados para adaptação da vida na nova terra.

Dentro deste entendimento, a etnicidade é também resultado de um modo de vida, e seu acúmulo poderia ser chamado de patrimônio étnico. Patrimônio aqui ressaltado, porque este acúmulo também deve ter significado para a comunidade detentora.

Sobre o produto turístico, os conceitos que irão guiar a reflexão são os seguintes:

Ruschmann (1991) explica que o produto turístico:

é composto de um conjunto de bens e serviços unidos por relações de interação e interdependência que o torna extremamente complexo. Suas singularidades o distinguem dos bens industrializados e do comércio, como também dos demais tipos de serviços (*op cit*, p. 11)

Lage e Milone (1991) consideram as atrações turísticas como sendo os elementos do produto turístico que determinam a decisão do turista em visitar este ou aquele lugar. E colocam ainda que as facilidades por si não gerariam fluxo, mas que sua ausência barraria a

demanda.

Boullón (1990, p.164) comenta que o produto turístico: “é um termo que se usa para qualificar a classe de serviços que formam a oferta turística

Beni (1998) aponta para as características gerais dos produtos turísticos:

[...] está baseado no fator tempo; é irrecuperável se não for usado; não pode ser acumulado; não pode ser transportado nem transferido; sua matéria prima não se agrupa; é extremamente dinâmico e instável, pelos gostos, preferências, modas; opcional na escala de necessidades do consumidor [...]" (BENI 1998, p. 164)

Tratando de tendências para produtos turísticos: Molina (2003) explica que o turismo seria caracterizado atualmente pela conduta de consumo dos turistas, então, o autor cita dois tipos de produtos que têm mostrado êxito contemporaneamente: produtos de alta tecnologia e “os produtos que exploram os recursos ou situações culturais e sociais [...]" (*op cit*, p. 89).

Sobre o viajante contemporâneo, Avighi (2000) explica que em relação ao turista de outrora residem algumas diferenças:

[...] saem de cena o consumista da zona franca, o turista ostentatório, os roteiros clássicos. O viajante de vanguarda busca a realização interior e dá ênfase ao meio ambiente e à compreensão da cultura e da história de outros lugares, quer conhecer povos e se enriquecer culturalmente. Percorre roteiros não visitados e elabora seus próprios itinerários. (*op cit*. p. 102)

Quanto à formatação de produtos turísticos, Gastal (1999) explica que a cultura deixara de ser uma motivação de viagem para ser um insumo específico em si. E Azambuja (1999) elenca além e dentro da cultura como mote de produto turístico, a gastronomia típica das localidades, ou que de perda essa viera a reforçar produtos turísticos daquelas, trazendo uma experiência num produto diferenciado que iria muito além do *souvenir*.

Bahl (1994) aponta também, inserida na cultura, a importância dos produtos turísticos advindos dos legados culturais deixados e ou construídos pelas levas de imigrantes, marcas estas presentes em boa parte do território nacional.

Algumas definições para turismo étnico: Moscardo e Pierce (1999) entendem que o turismo étnico toca o interesse em visitar comunidades exóticas e intocadas. Ao passo que Chambers (2000), em relação ao turismo étnico, coloca uma definição mais ampla, explicando que “o termo tem sido usado para referir às atividades que envolvem turistas na experiência de eventos culturais e situações que são distintas das suas próprias” (*op cit*, p. 100 - tradução da autora). E ainda este mesmo autor comenta que o turismo étnico estaria relacionado com

culturas de minorias, e em desencontro com a cultura hegemônica ocidental.

Estes são alguns dos conceitos e reflexões que fazem parte da fundamentação teórica da dissertação de mestrado da autora.

Andamento da pesquisa

Parte da dissertação já está concluída. A caracterização do objeto de estudo já está completa. As observações diretas extensivas já foram realizadas, bem como o registro fotográfico. E a fundamentação teórica está em fase de conclusão.

As reflexões advindas de todo este material irão compor as conclusões da dissertação, e a confirmação ou negação da hipótese. Todas atreladas à idéia de que a etnicidade árabe em Foz do Iguaçu pode ou não figurar como produto turístico, e quais os aspectos desta formação étnica serviria para esta dita fruição turística.

A entrega desta dissertação, e posterior defesa, tem previsão de acontecer no final do corrente ano.

Referências Bibliográficas:

AVIGHI, Carlos M. **Turismo, globalização e cultura**, *in*: LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

AZAMBUJA, Marcelo. **A gastronomia enquanto produto turístico**. *In*: CASTROGIOVANNI, Antônio; GASTAL, Susana (orgs). **Turismo urbano: cidades, sites de excitação turística**. Porto Alegre : Dos autores, 1999

BAHL, Miguel. **Legados étnicos na cidade de Curitiba: opção par a diversificação da oferta turística local**. (dissertação de mestrado) Universidade de São Paulo, São Paulo : 1994.

BENI, Mário C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo, Senac, 1998

BOULLÓN, Roberto. **Las actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista**. 3ª. Edição. Cidade do México: Trillas Turismo, 1990.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. vol. 2. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

CASTROGIOVANNI, Antônio; GASTAL, Susana (orgs). **Turismo urbano: cidades, sites de excitação turística**. Porto Alegre : Dos autores, 1999

CHAMBERS, Erve. **Native tours: the antropology of travel and tourism**. University of Maryland. Waveland press, Illinois (Estados Unidos da América) : 2000.

GASTAL, Susana. **O produto cidade: caminhos de cultura, caminhos de turismo**. *In*: CASTROGIOVANNI, Antônio; GASTAL, Susana (orgs). **Turismo urbano: cidades, sites de excitação turística**. Porto Alegre : Dos autores, 1999

GRUNEWALD, Rodrigo. **Turismo e etnicidade**. Horizontes Antropológicos. [*on line*]. Outubro de 2003, vol.9, nº20 [citado 03 de abril de 2004].pp. 141-159. disponível na *world wide web*: <<http://www.scielo.br/>>.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000

LAGE, Beatriz; MILONE, Paulo C.. **Economia do turismo**. Campinas : Papyrus, 1991

MOLINA, Sérgio. **O pós-turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

MOSCARDO, Gianna e PEARCE, Philip. **Interpretación del turismo étnico**. Annals of Tourism Research en español. Vol1 nº1. pp. 147-166. Universitat de les Illes Balears, 1999

RUSCHMANN, Dóris. **Marketing turístico: um enfoque promocional**. Campinas : Papyrus, 1991

SANTAYANA, Mauro. **O século XXI e o desafio das etnias**. P. 321-330 *In*:

SANTOS, Milton *et al* (orgs). **Território: globalização e fragmentação**. 5. ed. São Paulo: Hucitec, 2002.

SANTOS, Milton *et al* (orgs). **Território: globalização e fragmentação**. 5. ed. São Paulo: Hucitec, 2002.