

## Ensaio:

# Criatividade ou Inovação? Espaço e Cultura do Gênio Gaúcho

Revista Rosa dos Ventos –

Turismo e Hospitalidade

6(3) 469-480, jul-set, 2014

© O(s) Autor(es) 2014

ISSN: 2178-9061

Associada ao:

Programa de Mestrado em Turismo

Hospedada em:

<http://ucs.br/revistarosadosventos>



Eduardo Yázigí<sup>1</sup>

## RESUMO

O presente artigo<sup>2</sup> diferencia criatividade de inovação: enquanto o primeiro conceito sempre pratica um bom grau de ruptura com ideias, métodos e uma infinidade de outras coisas, a inovação prima pela cópia de algo já elaborado: uma fórmula, um formato, um sistema qualquer, em geral copiado de outro lugar para outro contexto: ela nunca é de fato original. Criatividade é para poucos, inovação para o resto. Aqui advogo uma ideia que seria o detalhamento da criatividade: o modo de buscar a perfeição. É muito fácil inovar, mas efêmera sua duração - até chegar uma nova vaga. No entanto, a perfeição seduz, cativa. Qual seria melhor: andar cada dia num novo tipo de ônibus ou encontrar aquele que sempre responde às minhas reais necessidades – ou no caso do Turismo, aquele que me conduz ao mais profundo de uma identidade?

**Palavras-Chave:** Turismo.  
Criatividade. Inovação. Identidade Regional. 'Gauchice'.

## ABSTRACT

### **Creativity or Innovation? Space and Culture of the Gaucho's Genius**

- This article distinguish creativity from innovation: while the first concept always represents a certain degree of rupture with ideas, methods and an infinity of other things, innovation insists on copies from something elaborated before: a formula, one dress style, any system never original. Creativity is for few, innovation to the rest. Here I claim for a new idea that is the detailing of creativity: I mean,

<sup>1</sup> **Eduardo Yázigí** - Doutor. Professor da Universidade de São Paulo. E-mail [janetermacedo@yahoo.com.br](mailto:janetermacedo@yahoo.com.br)

<sup>2</sup> Este artigo foi originalmente apresentado em palestra no X Seminário Nacional da ANPTUR – Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, realizado em 2013, em Caxias do Sul, RS.

the way that we complete perfection. It is very easy to renewal, as ephemeron is its duration - until a new vague arrives. Meanwhile, the perfection seduce, captive. What is better: to take every day a new model of bus or to find that one that complete my real needs – in the case of tourism, that one that brings me to the deepest sense of identity?

**Keywords:** Creativity. Innovation. Regional Identity. 'Gauchice'.

## INTRODUÇÃO

A presente reflexão se reporta à diferenciação entre criatividade e inovação, cujos significados já são bem diferenciados pela literatura heurística: enquanto o primeiro conceito refere sempre a algo inusitado, mas tributário de uma linha vertical e evolutiva através do tempo, a inovação não costuma passar de uma cópia, bem reproduzida ou não, de algo pré-existente num outro lugar, seguindo então uma linha horizontal como fito de expandir as fontes lucrativas sem grandes esforços. A criatividade também se presta ao lucro como atesta a maioria das patentes registradas, onde Santos Dumont constitui raríssimo exemplo de amor à humanidade. Em compensação, a criatividade leva a chancela de um compromisso com a solução de um problema muito bem localizado, ao passo que a inovação, deslocada, pode ou não frutificar no novo meio, significando também preguiça de reflexão sobre as próprias condições. No decorrer deste artigo procurarei explorar o valor da criatividade nos arranjos da Cidade para o Turismo.

As ciências sociais muito devem ao grande sociólogo Max Weber, conquanto hoje sua obra apresente defasagens conceituais. Todavia, sou muito afeito ao que ele denomina 'tipo ideal' que resumo de modo bem simplificado. Trata-se da análise de um fato social como o papel de uma cidade em dado tempo, ou de uma biografia, ou de uma escola de arte quando apresentam um modo de ser bastante representativo de seu tempo. A vantagem deste enfoque está em sua capacidade didática de, a partir das considerações feitas, entendermos um amplo universo de fenômenos similares. No presente caso tive em conta a exploração dos micro espaços sociais e de sua correlação com a identidade. Servi-me do Rio Grande do Sul como exemplo. No meu entendimento todos os macros possuem seus micros: trata-se apenas de modificar o foco da visão!

## HISTORICIDADE DA CRIATIVIDADE: NADA COMEÇA NO ZERO

A criatividade, ao contrário do geralmente suposto, *jamais começa a partir do zero*, pois depende de saberes prévios acumulados que possibilitam avanços (ou até retrocessos), de modo a expandir o desenvolvimento. Em *Eclesiastes* 1,2-11, escrito no século III A.C., já se lamentava como as novas gerações ignoravam o fator da historicidade – impossível de ser negado, sob pena de alienação e retroações. Toda criatividade *implica em algum grau de ruptura*, ainda que nos velhos tempos os progressos fossem muito lentos.

O que aconteceu, de novo acontecerá, e o que se fez, de novo será feito: não há nada de novo debaixo do sol! Às vezes ouvimos dizer: 'Veja: esta é uma coisa nova!', mas ela já existiu em outros tempos, muito antes de nós. Ninguém se lembra dos antigos, e aqueles que existem não serão lembrados pelos que virão depois deles.

Um exemplo banal pouco conhecido, mas muito explicativo nos vem daquele Charles Darwin que abalou o mundo, incluindo a fé monoteísta, em sua prodigiosa teoria de *Evolução das*

*Espécies*, conclusões que não teriam sido possíveis de formular sem conhecimentos já explorados desde o século XVII e que este grande cientista leu, com toda a certeza. Charles Darwin (1809-1882) não teria formulado sua prodigiosa teoria sem as especulações que lhe antecederam, mas que com ele culminaram numa bela coesão de fatores.

De fato, Maupertuis (1689-1759) já havia explicado: ‘devido a repetidos afastamentos do ser original teria advindo a diversidade infinita de animais que hoje vemos’. Montesquieu (1689-1759) já via parentesco entre o morcego e o macaco, concluindo que ‘no começo havia pouquíssimas espécies: elas se multiplicaram em seguida’. Diderot (1711 - 1784) ia mais longe, dizendo: ‘só houve um animal protótipo de todos os outros, que a natureza apenas alongou, diminuiu, transformou, multiplicou ou fez desaparecer enquanto espécie’.

Ora, nunca foi preciso ser um gênio para perceber o parentesco óbvio entre um asno e um cavalo! Por outro lado, é preciso ainda ter em conta o tempo em que Darwin viveu e que apresenta impressionante correlação de sua teoria com o que rolava pela História: o *zeitgeist* ou espírito do tempo em alemão. No século XIX se propagava *ad nauseam* a ideia de evolução da sociedade (que Darwin relacionou com evolução das espécies). A Inglaterra já praticava a seleção artificial do gado desde o século XVIII (que ele colocou em termos de *seleção natural*). Marx explicava a *luta de classes e a concorrência econômica* (que Darwin explorou enquanto *concorrência vital*, isto é, a luta dos mais fortes sobre os outros). Colocações a conferir pormenores em meu livro sobre criatividade. Uma prova a mais, agora sobre a incompletude da teoria darwiniana. O biólogo Henri Laborit apresentou a hipótese de que são as mães de todas as espécies que garantem a sobrevivência de suas espécies. Logo, se pode questionar: o que vale mais, a teoria de que vence o mais forte ou o amor materno? São ambos! - ainda que em outros momentos, a vida do filhote poderá se tornar presa do mais forte.

Tampouco houve uma primeira e soberba pirâmide do Egito como muitos são levados a crer, e sim uma sucessão de construções verticais que desabaram e *foram sendo corrigidas*; que dependiam da experiência prévia, da técnica de cortar e transportar grandes blocos de pedra de longe, que por sua vez dependiam de criar engenhos capazes de elevá-los e serem superpostos. Ademais, cálculos matemáticos que dependiam do conhecimento prévio da invenção de números, onde uma das mais importantes criações para a história da humanidade foi a do *zero*. Assim, diz-se comumente que o ato criativo compreende 10% de imaginação e 90% de transpiração. Não bastam ideias geniais: é preciso que seus desdobramentos, em função dos objetivos, também realizem novas criatividadees, que por sua vez envolvem patamares diferenciados e igualmente criativos. Neste breve artigo pretendo limitar-me a algumas insinuações territoriais criativas. Sou de opinião que as marcas do território falam mais da índole de seus donos do que suas próprias falas. Espaço e sociedade são inseparáveis.

## CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO

Os fazedores de *marketing* bem sabem que inovações são consideradas nomadismos oriundos de soluções já existentes alhures. Em geral se vendem bem, mas trazem consigo o risco da roupa que não veste outro corpo direito. Inovação ou originalidade, que muitas vezes surpreendem, podem até ser banais nos locais de origem. Já a criatividade se dá a partir de concepções genuínas – que por sua vez poderão se transformar em inovações se copiadas por outrem. A idealização da *cuccina lenta* da Itália (resposta ao *fast food*) gerou as *cittá lente*, mas é quase inviável no Brasil porque as gestões públicas não conseguem manter a qualidade ao longo dos anos, devido à nossa falta de estabilidade institucional e política, assim como

ausência de apoio efetivo ao pequeno e micro empresário: não basta conferir-lhe algumas regalias, é preciso contar com disposições institucionais que limitem por área e setor comercial, as chamadas *grandes superfícies*<sup>3</sup>. Com efeito, hoje essas cidades dependem de auditorias de garantia das qualidades previstas por seu selo internacional.

Atualmente a inovação se tornou uma prática em todas as partes, inclusive na Universidade. Sua peculiaridade consiste de aumentar a venda de produtos; engordar currículos acadêmicos a qualquer custo com o fim de classificar a Universidade em graus compatíveis com suas congêneres internacionais. *Este conceito ignora que o tempo da criação é geralmente lento e não foi feito para acompanhar a insaciabilidade do mercado e dos currículos.*

No caso específico do Turismo a inovação poderia adquirir um sentido diametralmente oposto ao generalizado hábito brasileiro de copiar soluções estrangeiras da moda. Seria este o caminho uma vez que aqui não logramos sequer adaptar uma inovação com o desejável? Ou, como já dizia Levi Strauss quando morava em São Paulo, na década de 1930/40: 'Curioso como deste lado do Atlântico as cidades conhecem a decadência antes de chegarem ao apogeu!'. Ou os leitores acreditam que esta condição imatura mudou nos quase 80 anos depois de tanta inovação importada – ou que nossos destinos turísticos conseguiram se livrar da violência, favela, enfeamento?

**A Carência de Guias Culturais Impressos** - Lamentavelmente, o imenso Brasil ainda não possui um único Guia Cultural de seus lugares turísticos. O clássico *Guia Quatro Rodas*, anualmente atualizado por numerosa equipe, responde apenas pelo sistema hoteleiro, de recreação e restauração, dispondo ao final de cada lugar um *pequeno resumo* de seus atrativos, englobados no item do que 'vale a pena ver'. Num país cujas cidades foram e continuam sendo deterioradas, os juízos de valor dos guias podem criar susceptibilidades, por exemplo, afirmando que tal lugar descuida de seu patrimônio material. Ademais, uma apreciação, tão isenta quanto possível, exigiria qualificações eruditas que, usualmente, não são da alçada de equipes que avaliam fatores de conforto, higiene ou paladar. Tal tarefa, estendida a milhares de lugares brasileiros, careceria de um batalhão de especialistas experimentados, sobretudo em história da arte e da arquitetura. No caso da França, malgrado tantos guias impressos, no meu entendimento, nada supera o *Guide Michelin* com suas apreciações sobre valores bem culturais, materiais ou não. Estudos acadêmicos isolados, o Brasil possui em boa quantidade e qualidade, mas não constitui um sistema formal de Guia. Esta carência está a merecer mestradados e doutorados que expliquem tal vazio num país que se ufana de tantos fatores de civilização!

**Criatividade a Qualquer Custo Poderá Ser Esdrúxula** - A necessidade de lucros, no interesse das comunidades e da ganância sem limites da economia de rapina faz com que a cada estação do ano se inventem 'xixicas' banais. Nesta ordem de ideias muitos hotéis brasileiros apresentam uma dezena de pães diferentes no desjejum, mas em geral todos ruins como já constatei várias vezes. Por que não um só pão como a verdadeira *baguette* francesa, crocante e algo mais integral? Esta é a realidade da maioria dos hotéis de alta qualidade. Aliás, o que comumente se oferece como *croissant*, no Brasil, nada possui de comum com seu original. Supõe-se, grosseiramente, que basta pegar farinha comum de pão e dar forma de minguate lunar, para virar *croissant*, ao invés da verdadeira e trabalhosa massa, que no caso não costuma ser praticada no país.

---

<sup>3</sup> Conferir *Citta Slow International Coordinating Committee*, em < <http://www.cittaslow.org/article/silly-b-cittaslow-international-coordinating-committee>>.

Por trás deste banal exemplo há realidades tão profundas quanto instigantes. Muitos confundem prestar um bom serviço com alguma variação inócua. Na realidade *o que garante sucesso qualitativo é sua boa fórmula e constância ao longo do tempo*, e não se perder em novidades do momento. Some-se a isso a inexistência de planos de carreira na hotelaria, ora com um cozinheiro, ora outro cujo profissionalismo pode melhorar, mas também decair. Há casos conhecidos de lugares dotados de belas tradições solidificadas ou paisagens excepcionais *que perderam a identidade e a clientela por conta de querer paramentar a tradição com lantejoulas, de agradar todo tipo de turista ou a permitir comércio além do tolerável* – cidades que viram *shopping centers*, como Paraty, RJ, por exemplo.

Ora, o turismo é cada vez mais temático e nesta ótica é preciso ter muita sensibilidade e visão dos frequentadores potenciais para não os perder. Campos do Jordão, SP, cultivou a imagem do frio por mais de meio século. Quando percebeu que muitos de seus hotéis fechavam no verão, quis reverter a publicidade inicial, mas até hoje não logrou isso plenamente. Enquanto brasileiros desinformados estranham que se queira passar o verão nas altas montanhas, na Europa sol ou neve sempre foram opções confirmadas no interior do país.

### EXPLORAÇÕES À VISTA

São fatores viáveis, especialmente quando a cultura pauta o espaço com escansões poéticas – que no caso se poderiam ser entendidas como *alma e técnica do gênio gaúcho* – inspiradas na literatura, música, folclore, nos costumes mais banais, assinados pela afetividade e pela consciência coletiva. Aí continuam bem vivos Mário Quintana, Érico Veríssimo, arquitetura vernacular, uma plêiade de gaudérios cantores, artistas, ou certa devotada Dona Alice cujas façanhas culinárias ainda precisam ser contadas.

**CTG - Uma Certeza Quase Absoluta de Autenticidade Ímpar** - Conquanto alguns equipamentos e residentes se abram decididamente ao turista, estou considerando aqueles lugares com galpões de estilo ‘caixas de alvenaria’, mas cuja alma vibra de alegria, cores e acepipes a cada aniversário, casamento ou outra festa. Galpões pra lá da Linha Três, onde crianças exigem dos pais a compra de trajes típicos, que em outras partes do Brasil sequer existem, ou que causariam olhares de espanto. Gaúchos de bombachas que se esbaldam em cantorias e nem pensam na presença turística. Essa instituição que eles recriam onde quer que emigrem são de uma singeleza e autenticidade impressionantes. Não é fato correto que a ética do Turismo está sempre a questionar o que é verdadeiro e o que não é? Quantos leitores notaram que a maioria dos autores fala em *legítimo* sem jamais ter lido um tratado que aborde a complexa noção de *verdade*? Ora, festas de CTGs que celebram o calendário rotineiro, sem grande sofisticação, constituem exemplos de alta valia num momento em que só se valorizam cifras nababescas e importações estereotipadas. Como é gratificante encontrar, no mesmo território nacional, identidades trabalhadas, exibidas que sejam, mas que negam esse lado insosso de ‘está ficando tudo com a mesma cara’ sob a globalização dos costumes? Mas quem disse que este fenômeno impõe tudo? Ora, não existem graus de autonomia?

**Privilégios Gauchescos** - O que vai pela frente não é um inventário, *e sim uma chamada pelo que se pode fazer com o que já foi inventariado e reinventariado*. Os Pampas correm na veia do gaudério, terras tão familiares quanto sua sombra. Uma planície que vai de horizonte em horizonte com seu folclore girando no mundo do carreteiro. A extensão monótona pode, se quisermos, ser pontuada de micro Oasis que assim sendo lembram desertos – nesses vazios

contraditórios porque é no vazio que a tribulação se desacelera para virar plenitude: consagrei um capítulo inteiro sobre este valor em meu livro *Reencantamento da cidade: miudezas geográficas e devaneio*, no capítulo denominado ‘Eloquência do silêncio e plenitude do Vazio’. Se fulano está condenado a ter um *chilique* por não suportar o vazio e silêncio, sobra-lhe a opção hegemônica do *roque pauleira* e da ‘melodia’ *tecno* dominante no universo do lazer. Ou o Brasil inteiro deve eternamente reverenciar o Pagode? Ainda há um grande público avesso à orgia sonoro-alucinada do Ocidente?

Rios, temos de sobra, mas bem poucos pensam no que se pode fazer nos lagos, além de pescar. Deste ponto de vista o Rio Grande do Sul foi o mais agraciado estado do Brasil. Marinas, pequenos cruzeiros com hospedagem a bordo, esqui aquático e outras possibilidades permitem experiências inéditas. Barcos e marinas existem por aí, mas as formas de arrumação (*aménagement du territoire et plan d’urbanisme* ou *town and country planning*) permitem ‘n’ possibilidades e normatizações que não deterioreem o espaço do devaneio. Gaúchos deviam esquecer de uma vez por todas o modelo nordestino de praias – aliás, não se trata de ‘esquecer’ e sim de ‘dispor em suas latitudes’, pensando noutras formas de arrumação. Criar inclusive nesse campo porque é próprio de cada geração apresentar renovações – compatíveis com a índole do lugar! Não é por falta de coqueiro que muitos deixam de apreciar as praias e o mar, mesmo em lugares frios. Procurem assistir ao clássico filme *Verão de 1942*.<sup>4</sup>

Arquitetura e urbanismo vernaculares do Rio Grande do Sul definem um capítulo bem diferenciado neste Brasil, cujas cidades vão ficando todas com a mesma índole. As casas e as ruas, as avenidas colossais se tornaram raridade neste mundo de primazia do auto. Dentre certos países que visitei, chamo atenção para a Alemanha que soube tirar partido desses gigantescos espaços (cujas primazia em São Paulo seria para mais e mais pistas para o automotor). Na Alemanha calçadas são campos de verdura dentro da cidade, onde vivem até coelhos. Em Londres ou Cambridge, vacas pastam bucolicamente nos parques urbanos. Valência, Espanha, fez de seu extenso e largo rio Turi, desviado por razões técnicas, uma sucessão de jardins que cortam a cidade por vários quilômetros. Mas é preciso inteligência e sensibilidade para brindar o residente (e o turista) com arte e conforto ambiental. Em contraposição, neste Brasil preferimos povoá-lo com minguados parques dotados de roda gigante, ranchos de pamonha. Aliás, ninguém está autorizado a falar em sustentabilidade se não assumir princípios ecológicos. A cidade possui ‘n’ bairros para tudo: é indispensável *criar parques e mais parques no seu interior*. Pamonhas podem ficar em qualquer esquina. Alguém que conheça Erechim, RS, terá visto os imensos largos que surgem quando quatro ou cinco de suas avenidas se cruzam e sugerem uma espécie de clave de sol no assombro do vazio formado. Pena que não fazem do gordo centro das avenidas uma linda praça.

É absolutamente natural que as pessoas queiram desfrutar do conforto que a modernidade oferece. No entanto, há quem prefira essas casas de madeira com aquecimento de fogão chapeado a acalantar frias noites regadas de *brodo* – sem excluir o gás ou a eletricidade. Mas quem se contenta só com o padrão *high-tech*, que procure então gastar o suspiro maravilhado do mundo do eletrônico, cada vez mais rotineiro nas próprias casas - encontráveis em qualquer bom shopping do Ocidente. *Não quero dizer que Las Vegas ou Nova York sejam sem valor e sim que o Rio Grande do Sul sugere elementos que ninguém mais tem* – por enquanto. Digo isso porque se todos vierem a possuir, não precisarei tanto sair de minha cidade. Em

<sup>4</sup> *Verão de 42* (Summer of 42), 1971. Direção: Robert Mulligan; Roteiro: Herman Raucher; Elenco: Christopher Norris, Gary Grimes, Jennifer O'Neill, Jerry Houser, Katherine Allentuck, Lou Frizzell, Oliver Conant; Produção: Don Kranze; Fotografia: Robert Surtees; Trilha Sonora: Michel Legrand, premiada com Oscar.



suma, seria fundamental que as municipalidades criassem grandes facilidades normativas e fiscais para os residentes que guardassem as tradições construtivas gauchescas (ameaçadas pela indústria da construção moderna). Anotem bem: *o conforto moderno não precisa nem deve ser excluído*. Entretanto lembrem bem de uma constante brasileira: *o brasileiro é perito em estuprar meios urbanos, sendo São Paulo, minha cidade, a rainha da obscenidade urbanística – em que valham os pontos altos dos ‘bem nascidos’*.

Outro item a merecer atenção são as chamadas cidades gêmeas, pares urbanos partilhados com nossos países vizinhos e são fronteiras mais densas e vibrantes. Exalta-se muito o projeto de Mercosul, mas décadas se passam sem que se definam, institucionalmente, normas de cooperação gerencial das cidades separadas por duas culturas, duas línguas, dois corpos jurídicos. Tarefa difícil porque depende das leis orgânicas dos lugares diferenciados, cujas alterações podem implicar em anuência de instâncias de soberania nacional. O Rio Grande do Sul já possui algum caminho andado neste sentido, porém muito aquém de um ideal que facilite o trânsito turístico binacional ou a simples postagem de uma carta de um lado para outro. Isso pode durar uma semana ou mais, pelo fato de a correspondência ter que seguir o roteiro de baldeação suas capitais. As condições culturais do Rio Grande do Sul me parecem as melhores do Brasil no sentido de funcionar como grande portal de trocas continentais. Será preciso armar um esquema de cooperação institucionalizada com os países vizinhos, uma forma verdadeiramente criativa de viabilizar o Mercosul facilitando o trânsito turístico. Tarefa difícil porque, apesar da possível vontade da contrapartida municipal estrangeira, sua viabilização exige jurisprudência comum das duas partes da ‘mesma’ cidade. Cidades gêmeas são os portais da latinidade sul-americana e da irmanação de um bloco mundial alternativo.

O fato de boa parte de a imigração italiana ter se instalado na zona gaucha do vinho, a partir de meados do século XIX, requer uma reflexão toda especial. Durante a maior parte do século seguinte, com importações nacionais limitadas, o vinho daí foi potencialmente desenvolvido pelos italianos: era a maior referência produtiva brasileira do gênero, hoje procurando aperfeiçoar cada vez mais sua qualidade. Mais do que isso, para o turismo, foi oferecido um ‘mundo do vinho’ constituído de suas ramificações: as feiras comerciais desta temática; as vinícolas abertas ao visitante, assim como a possibilidade de participar das colheitas; as belas pousadas rústicas dotadas da gastronomia italiana, inseparável do lugar; um artesanato que concilia o Estado do Rio Grande do Sul com a produção vinícola, etc. A região, com sua agricultura e vida urbana exala, se assim podemos dizer, *um hálito que é só seu*.

Não obstante, como é comum no país, há muitos lugares que exageram na oferta de serviços turísticos, começando por explorar equipamentos simpáticos à população, mas trazem consigo a inconveniência de obnubilar a personalidade do lugar. Tal é o caso dos sedutores *resorts* – que se vendem muito bem, *mas que fazem a construção secular das cidades vinícolas se transformarem num lugar turístico como outro qualquer y ahí te quiero ver*. Afinal, ao contrário da França, o Brasil não possui nenhuma outra região vinícola turística dotada do corpo e sangue dos vinhedos do Rio Grande do Sul. E qual criança ou adolescente não morre de paixão pelos *resorts*, com ‘coisas para fazer’ de dia e de noite? Eu, particularmente vejo uma grande restrição nesse tipo de empreendimento: os jovens acabam ficando alucinados quando ‘não tem nada para se fazer’, incapazes de aceitar uma pausa à reflexão, observação ou simplesmente se divertir com uma coisinha qualquer. Essa doença da insaciedade está no *zeitgeist* - espírito do tempo que desenvolve personalidades neuróticas e sugere aos pais pensarem nisso.

Conviria que estudiosos refletissem nos valores por meio dos quais o mercado nos apela, ou seremos por ele engolidos. *Sim, lazer e turismo requerem adequações filosóficas que tanto nos*

*faltam*. Agora atentem para o caso de São Roque, SP, cuja fama é puramente local, mas também possuía várias vinícolas, conquanto de vinho padrão interiorano, isto é, bem 'docinho'. A própria Cinzano lá possuía sua vinícola, mas eis que a demanda do crescimento metropolitano de São Paulo ensejou alta procura de áreas próximas para construção de residências secundárias. Como é evidente, se ganha mais com loteamentos de chácaras do que com vinhedos que, pelo último quartel do século XX, acabaram cedendo a sítios na maior parte de seu território municipal. Já no atual século o município optou por criar uma Estrada cognominada 'do Vinho', ladeada de vários restaurantes turísticos, algumas adegas de venda alcoólica, cafeterias achocolatadas e lojas de souvenir globalizado, ladeada de um bom paisagismo. Um belo passeio domingueiro, mas não passa disso. Pelo fim da tardinha os turistas batem em retirada.

A perda da alma do lugar cedeu no CNJ mercantil, muito importante para a sobrevivência de alguns, e só. Não obstante, em São Roque ainda sobrevive – entre os residentes e não em turistas de um dia – uma gama de tradições cheias de vida: as cavalgadas da cidade até Santana do Parnaíba; a festa do santo que leva o nome do município, que sobre extenso tapete de flores 'pra mais de quilômetro' vê o andor passar na rua principal no dia do Santo, 16 de Agosto; na Praça da Matriz, rurais doam tanta lenha para a Igreja favorecer os pobres que chega a formar verdadeira muralha de madeira. Comemoração que cada ano escolhe um casal de festeiro, de posses é claro, que uma semana antes prepara quitutes oferecidos a todos que adentram na casa. Mais ainda, distando apenas 54 quilômetros do centro de São Paulo, São Roque consegue ainda manter um sotaque que é só seu. Pode-se perguntar: o que a municipalidade podia ter feito? A autonomia municipal de uso e ocupação do solo pode e deve definir o que é de uso rural e até onde vai o perímetro de interesse urbano, sem que eu esteja, no caso, sugerindo isto para São Roque.

Será ainda preciso pensar nas culturas subalternas existentes em solo gaúcho, frequentemente dotadas de um canhestro modo de viver, mas que são formas de resistência à voracidade insana do capital e do falso modernismo. Quais respostas os governos estão dando às populações de diferenciados padrões culturais? O que significa precisamente o festival regional denominado *Califórnia*?

## O DESPERTAR DA CONSCIÊNCIA TERRITORIAL

Chega uma hora em que a promessa nababesca de festas, eventos e muita comida acabam precisando de digestivo. Será preciso que, turismólogos em especial, atentem à importância fundadora do território e desenvolvam pesquisas sem fim em múltiplos quadrantes: uma pergunta a ser obrigatoriamente respondida: *o quê vai mal e precisa ser resolvido?* É preciso que a erva daninha se revista da dignidade que residentes e turistas merecem. Em outras palavras estamos falando de cuidados urbanísticos, planejamento urbano e regional, de sua infraestrutura, *onde profissionais do turismo deveriam, em certas fases do desenvolvimento, coparticipando no interesse dos destinos do lugar*. Sem perder de vista que sociedade e território são inseparáveis.

Por certo o urbanismo não existe só para favorecer o turismo conquanto em ricos momentos da civilização, maravilhas foram concebidas para seduzir moradores e visitantes, como Paul Claval demonstrou magistralmente num de seus últimos livros, por mim traduzido. Mas a experiência forçou o urbanismo a evoluir à para a condição de Planejamento Urbano e Regional, integrador de territórios. Noutras palavras, ainda que o turismo não seja o condutor



mestre da vida social e econômica do lugar, a prática do planejamento deve ser um brinde a excelência do lugar, razão de seu desenvolvimento.

**O Pouco Visível Universo das Miudezas** - A mania brasileira de afirmar que muita coisa aqui é 'a maior do mundo' sempre foi motivo de oportuna zombaria de gregos, troianos e, sobretudo de argentinos. Quantas vezes, ao nos encontrarmos com equipes estrangeiras de jurisprudência, fomos obrigados a ouvir que 'de fato, seus códigos de direitos humanos são muito extensos e completos, mas apesar disso conseguimos fazer muito mais com muito menos leis'. Independentemente da veracidade, a afirmação 'maior do mundo' subentende um desprezo pelo mundo do micro - que deve ser considerado como uma possível excelência do ideal de civilização. É o que a internacionalidade de bom gosto (turística ou não) denomina 'cosy': uma forma horror ao gigantismo. Cosy são ambientes que tonificam relações de profundidade que nunca ocorrem no Maracanã com seus gritos e sussurros, além de murros. São micro espaços de sociabilidade de permanência humana que estão a merecer cada vez mais neste mundo exacerbado de comunicações virtuais.

Ser turista em alguns momentos da vida significa ter disponibilidade de encontro com fatores de civilização e de natureza, mas, sobretudo com relações cordiais que acontecem em micro espaços. Esses ainda existem em vários pontos da cidade e se destinam a um especial público fatigado das multidões e dos berros. Alguns têm seu diminuto tamanho por causa de sua própria natureza, conforme relatei em meu já citado livro sobre reencantamento. A massificação da sociedade exige, por certa, a correta dimensão para o virtualmente grande – terminais de transporte, estádios, teatros, etc. No entanto mesmo um grande hotel pode ser dotado de espaços micro, na condição de tratar, por exemplo, um apartamento, um jardim ou um bar na completude de seus universos: o apartamento, o jardim ou o bar dispõem de variadas minudências, onde justamente surge o questionamento do grande, pois o turismo é grandemente julgado pelas coisas pequenas. Voltaremos para um hotel cujo banheiro deixa mostras de falta de higiene – como já presenciei a cueca do antigo hóspede esquecida sobre o box de banho? O próximo questionamento merece um parágrafo inteiro.

Seria conveniente um livro inteiro sobre o abandono de quase seis mil cidades brasileiras – a maioria das quais aspirando seu lugar ao sol no mundo do turismo. Como assim? Com as ruas infectas, esburacadas, de calçadas infames que mal permitem o passeio? Com barracas e mais barracas que impedem a visão longitudinal das vias com seu possível patrimônio? Com o patrimônio, principal joia do turismo, desmoronando? Com os carros que não param para as pessoas passarem tranquilas e que são um suplício para os mais idosos? Com bicicletas e skates rolando livremente nas calçadas? Com ruídos infernais que afugentam nosso sono se o hotel não tiver vidros duplos? Com os cambistas exorbitando os turistas ao invés de fazer como Berlin, cujas entradas que sobram de um espetáculo são vendidas a preços baratíssimos pelo denominado *last minute*? Com aeroportos sem estação de metrô ligando-o rapidamente com a cidade? Com cidades dotadas de uma quantidade obscena de autos ao invés de transportes públicos de qualidade? Essa minha lista já ocupou livros inteiros. Não obstante, basta um pequeno raciocínio: uma rede de metrô é um pormenor da cidade; a qualidade dos assentos dos vagões é um detalhe do metrô – que podem ser de veludo como em muitas cidades, ou se plástico. O preço do bilhete pode custar uma bagatela e permitir mil viagens de metrô ou ônibus, ou custar quase um dólar e meio no Brasil. Tudo isso são pormenores a serem considerados com criatividade e política para turistas ou cidadão porque só existe (ou devia existir) um único âmbito de prazer para ambas as categorias.

Todas as cidades estão repletas de instituições com aparência de *coisa pisada e manchada* (à espera de roupa domingueira). De fato, tais espaços já são celebrados, independentemente de seus estados de conservação, porque neles acontece grande parte dos encontros sociais: *é o espaço vivido* de que nos falam André Frémont e Milton Santos. Basta refletir o que significam: escolas, igrejas, mercado, praças adotadas pela população, campos de bocha, algumas avenidas e calçadas, e porque não, vários tipos de estabelecimentos comerciais, como procurei relacionar na minha citada obra sobre reencantamento. Sem esta ordem de preocupações a vida social vai se confinando mais e mais nas intimidades muradas de *shopping centers* – *uma opção que significa a negação do espaço público e sua deterioração que tanto nos incomoda. Desgraçadamente o brasileiro possui um dos menores graus de exigência das coisas públicas construídas com seus impostos.*

O que podemos então fazer para que tais lugares sejam contemplados como nossas casas o são? Como eles consagram a identidade do lugar?

Numa de suas geniais confidências, o gaúcho de Alegrete, Mário Quintana, disse que *adorava ler pequenos anúncios de jornal porque neles transpareciam almas cheias de vida* - que não têm lugar na 'maior reportagem do mundo'. Tal pensamento merece muita reflexão, mas muita mesmo. A expressão '*small is beautiful*' já se estendeu por variados domínios de valorização desta escala. Nas cidades *civilizadas* (quem ainda tem medo deste vocábulo?), quando se dispõe uma estatuazinha sobre um edifício, o lugar alto é estudado para que o adorno seja visto por todos que transitam na rua. *É o gerenciamento do detalhe* no rol das preocupações urbanas – tão comum em Madrid.

**Como Seria um Centro Cultural do Gênio Gaúcho?** - Museu do Gaúcho já existe, mas ora convém pensar num centro depositário da alma gaúcha – ou outro nome que se queira dar para mesma coisa –, um empreendimento de altíssimo valor acadêmico e turístico. A par das clássicas sistematizações museológicas do acervo de todo um Estado, valeria pensar num centro de documentação e pesquisa, de referências bibliográficas informatizadas – isto é, uma plataforma de dados (documentos, fotos, livros, revistas, gravações sonoras, etc.) que não necessitam estar fisicamente no lugar.

Mediante um convênio com universidades e institutos de pesquisa, poder-se-ia proceder a uma catalogação informatizada de toda documentação referente ao Estado, em português e outras línguas. Seria em si de imensa valia informar em que outro local se encontra este ou aquele documento – texto, lei, foto, certidões, genealogias, demografia, filmes, quadros, etc. Tal procedimento é grandemente ignorado no Brasil. Na década de 1980, num projeto coordenado pela Professora Maria Adélia Aparecida de Souza, e com minha participação, sob patrocínio da hoje deputada Maria Erundina, pretendeu-se algo muito semelhante. No entanto, hoje acrescentaria um fulcro da maior importância anexando a característica de o Centro poder ser igualmente ser um Fórum Estadual de Debates para questões polêmicas – que poderiam começar com a organização do turismo, que em nível territorial abarcaria todos os setores de governo e indizível variedade de questões. Alguma entidade devotada ao desenvolvimento turístico tem o dever de pensar nisto. No mais, as amenidades de um centro cultural (que não fique só nisso!): restaurante, cafeteria, venda de livros, postais, artigos folclóricos consignados pelo próprio produtor, artista, o que valha pra garantir sua sustentabilidade.

Um Centro que *abarque o universo de um garboso Estado* tende a ser uma referência imperdível de ilustração dos frequentadores, um lugar onde o futuro é posto na berlinda,

discutido, esclarecido, isca e faísca de novos rumos, e por que, de gratificantes momentos a serem guardados em álbum belamente encadernado.

## NA HORA DA MODERNIDADE

No entanto, a alma de um povo não é um *status* que se pesca no passado. Se corpo e alma são inseparáveis, a vida continua acrescentando novas cores e o presente também deve ter alma. *Como a única verdadeira permanência do universo é a impermanência, a alma também se completa, com novos valores além dos tradicionais.* O Rio Grande do Sul também gosta de se modernizar como todos, mas para tanto não precisa perder sua identidade, talvez a mais forte do Brasil – que de longe é um sedutor aceno para chegar e conhecer mais de perto.

O problema mais delicado da modernidade está, obviamente, no valor dos acréscimos, muitos dos quais começam a angustiar a humanidade, tal a perversão avassaladora que domina as mídias e se converte em estilo de vida para grande parte da população. Hoje, vários sociólogos e filósofos vêm questionando os passos equivocados da humanidade que não me cabe aqui enumerar, bastando citar alguns grandiosos nomes de referência ao leitor. O grande Jürgen Habermas adverte que no momento, ao mesmo tempo em que afirmamos nossa identidade regional e nacional, não podemos perder de vista a condição humana do universal: um sentimento sem o qual haveremos de conhecer o gosto amargo dos conflitos que já dão sombrios sinais.

Gaúchos, sim, mas não esquecendo o compromisso solidário com o resto da humanidade. Tenhamos sempre em mente as apreciações de Ortega y Gasset com seu clássico *Rebelião das Massas*, escrito em 1927, mais atual do que nunca. Aí, conta ele, o povo de seu tempo se comovia muito mais com a passagem da carruagem da Princesa do que com a própria condição miserável. Alexis de Tocqueville, cuja *Democracia na América* de meados do século XIX apresenta incrível consideração sobre o que já era o desejo de bem estar há mais de cem anos nos Estados Unidos. Não podemos viver tributários de um passado em que tudo era mais bonito e gostoso. A modernidade oferece elixires e venenos – daí a necessidade de consultar a bula e o modo de usar para ver quais são os efeitos indesejáveis. *Tradições valem muitíssimo, mesmo que inventadas, porque cumprem a realização de primeira grandeza que é a coesão do grupo social.* Quando se anuncia previamente que certa dança gaúcha foi modificada, não se está mentindo para o turista, mas submetendo novos valores ao possível aplauso.

Carecemos desesperadamente de clarões sobre nosso território, essa coisa que renova o ar de nosso respiro. O resto é licorzinho digestivo que não resolve problemas de azia.

## REFERÊNCIAS

Claval, P. (2011). *Ennobler et embellir. De l'architecture à l'urbanisme*. Paris: Editions Les Carnets de l'info.

Darwin, C. (2009). *A origem das espécies*. São Paulo: Martin Claret.

Fremont, A. (1976). *La région, espace vécu*. Paris: Presse Universitaire Française.

Guide Michelin. (2002). *O Guia Verde. Portugal – Madeira e Açores*. Michelin et Cie. France: Propriétaires-Editeurs.

Hall, E. (1984). *La danse de la vie*. Paris: Seuil.

Lipovetsky, G. (2005). *A sociedade pós-moralista. O crepúsculo do dever e a ética indolor dos novos tempos democráticos*. São Paulo: Manole.

Ortega y Gasset, J. (2007). *A rebelião das massas*. São Paulo: Martins Fontes.

Tocqueville, A. de. (2008). *La Démocracie en Amérique*. Paris: Flammarion.

Yázigi, E. (2013). *Reencantamento da cidade. Miudezas geográficas e devaneio*. São Paulo: CNPq/Scortecci.

Yázigi, E. (2005). *Deixe sua estrela brilhar. Criatividade nas ciências humanas e no planejamento*. São Paulo: CNPq.

**Recebido: 03 OUT 2014**

**Aprovado: 13 OUT 2014**