



VOLUMEN 14 | NÚMERO 5 | OCTUBRE 2016 | ISSN: 1695-7121

# PASOS

Revista de Turismo  
y Patrimonio Cultural

[www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org)

ULL

Universidad  
de La Laguna  
Instituto Universitario de Ciencias  
Políticas y Sociales

Calidad de Revistas  
Científicas Españolas  
FECYT | RECONOCIMIENTO | 2014

INSTITUTO  
UNIVERSITÁRIO  
DA MAIA ISMAI

CEDTUR



## COMITÉ EDITORIAL

### Director: Agustín Santana Talavera

I.U. Ciencias Políticas y Sociales  
Universidad de La Laguna (España)  
E-mail: asantana@ull.es

### Adjunto a dirección: Eduardo C. Cordeiro Gonçalves

ISMAI (Portugal)  
E-mail: egoncalves@docentes.ismai.pt

### Adjunto a dirección: Eduardo Parra López

I.U. Ciencias Políticas y Sociales  
Universidad de La Laguna (España)  
E-mail: eparra@ull.es

## EDITORES TEMÁTICOS

Luisa Andreu Simó (Univ. de Valencia), España  
Juan Aguirre (Univ. Latina-Heredia), Costa Rica  
M<sup>a</sup> Esther Chávez Álvarez (Univ. de La Laguna), España  
Margarita Barretto (Univ. Federal de Santa Catarina), Brasil  
Enrique Bigne (Univ. de Valencia), España  
Pablo Díaz Rodríguez (Univ. Complutense de Madrid), España  
Heredina Fernández Betancort (Univ. de Las Palmas de Gran Canaria), España  
Esther Fernández de Paz (Univ. de Sevilla), España  
José Antonio Fraiz (Univ. de Vigo), España  
Nuria Gali (Univ. de Girona), España  
Antonio Guevara Plaza (Univ. de Málaga), España  
Margaret Hart Robinson (Univ. de Las Palmas de Gran Canaria), España  
Raúl Hernández Martín (Univ. de La Laguna), España  
Sergio Moreno Gil (Univ. de Las Palmas de Gran Canaria), España  
Maribel Osorio García (Univ. Autónoma del Estado de México), México  
José J. Pascual Fernández (Univ. de La Laguna), España  
Xerardo Pereiro Pérez (Univ. Trás-os-Montes e Alto Douro), Portugal  
Roque Pinto (Univ. Estadual de Santa Cruz), Brasil  
Emilio Romero Macías (Univ. de Huelva), España  
José María Valcuede del Río (Univ. Pablo de Olavide), España  
Fernando Vera Rebollo (Univ. de Alicante), España  
Desiderio Gutiérrez Taño (Univ. de La Laguna), España  
Gustavo Marín Guardado (CIESAS), México  
Moisés Simancas Cruz (Univ. La Laguna), España  
Carlos Alberto Steil (Univ. Federal do Rio Grande do Sul), Brasil  
Raffaele Scuderì (Univ. de Bolzano), Italia  
Rossana Bonadei (Univ. Of Bergamo), Italia  
Carlos Fernandes (Inst. Politic. do Viana do Castelo), Portugal  
Jordi Gascón (Inst. Altos Estudios Nacionales), Ecuador  
Laurentina Vareiro (Inst. Politic. do Cavado e do Ave), Portugal  
J. Cadima Ribeiro (Univ. Of Minho), Portugal  
Rogelio Martínez (Univ. Guadalajara), México  
Elena Pérez (Univ. Europea de Canarias), España  
Alejandro Alvarado (Univ. Quintana Roo), México  
Aurora Arjones Fernández (Univ. de Málaga), España

Javier Hernández Ramírez (Univ. de Sevilla), España  
Cristiana Oliveira (Univ. Europea de Canarias), España  
Ana Priscila Sosa Ferreira (Univ. del Caribe), México  
María Velasco González (Univ. Complutense de Madrid), España

### Secretaría: Alberto Jonay Rodríguez Darias

I.U. Ciencias Políticas y Sociales  
Universidad de La Laguna (España)  
E-mail: jonayalberto@gmail.com

## CONSEJO CIENTÍFICO ASESOR

Alessandro Simonicca (Univ. "La Sapienza" di Roma), Italia  
Álvaro López Gallero (Univ. de la República), Uruguay  
Any Diekmann (Univ. Libre de Bruxelles), Bélgica  
Artur Cristovao (UTAD), Portugal  
Aurora Pedro Bueno (UV), España  
Juan Gabriel Brida (Univ. de Bolzano), Italia  
Cebaldo de León Smith (UTAD), Portugal  
Christou Evangelos (Aegen Univ.), Grecia  
Dallen J. Timothy (Brigham Young Univ.), USA  
Daniel Hiernaux (UAM), México  
Davis Gruber Sansolo (Univ.), Brasil  
Dimitrios Buhalis (Univ. of Bournemouth.), Reino Unido  
Eduardo Fayos Sola (Ulysses Foundation. UV), España  
Elisabeth Kastenholz (Univ. de Aveiro.), Portugal  
Elizabeth Tamanini (Uniplac/SC), Brasil  
Gemma McGrath (Univ. of the Arts London.), Reino Unido  
Jafar Jafari (Univ. of Wisconsin at Stout, 'Menomonie), USA  
Juan Agudo Torrico (US), España  
Juan Ramón Oreja Rodríguez (ULL), España  
Julia Fraga (CINVESTAV), México  
Julia Sanmartín Sáez (UV), España  
Julio Grande (Sepinum), España  
Marcelino Sanchez (UCLM), España  
María D. Álvarez (Bogazici University), Turquía  
Marianna Sigalas (Aegen Univ), Grecia  
Michael Riley (Univ. of Surrey), Reino Unido  
Noemí Rabassa (URV España), España  
Raoul Bianchi (Univ. of East London), Reino Unido  
Regina Schlüter (CIET), Argentina  
Ratana Chuenpagdee (Memorial University of Newfoundland), Canada  
René Baretje-Keller (CIRET), Francia  
Ricardo Díaz Armas (ULL), España  
Richard W. Butler (Univ. of Strathclyde), Escocia  
Rosana Guevara Ramos (UAM), México  
Svein Jentoft (University of Tromsø), Norway  
Thomas George Baum (Univ. of Strathclyde), Escocia  
Vicente Monfort Mir (UJI), España

Edición digital: Varadero Informática

© PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. D.L. TF-2059/2002 ISSN 1695-7121

Revista trimestral gratuita de distribución en web  
<http://www.pasonline.org> E-mail: [info@pasonline.org](mailto:info@pasonline.org)

*PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*  
*PASOS. Journal of Tourism and Cultural Heritage*  
(An external peer review and open access journal)

**Bases de datos / Databases:**

La revista se encuentra indexada en In-Recs y MIAR, e incluida, entre otras, en las bases de datos: Redalyc (repositorio completo y descarga directa. Impacto 2005-2009 0,170); DOAJ (repositorio completo y descarga directa); Latindex; CAB Abstracts; E-Revistas; Dialnet; COPAC; SUDOC; ISOC; DICE; CIRET; Altis Intute: social sciences; EBSCO Publishing. Para su inclusión ha sido necesario cumplir con los requisitos de evaluación de cada uno de ellas. Incluida en WEB OF SCIENCE (WOS). Incluida en Emerging Sources Citation Index (ESCI), Thomson Reuther.



**Edita / Publisher:**

Instituto Universitário de Ciências Políticas y Sociales  
Universidade de La Laguna (Tenerife, España)

Centro de Estudos de Desenvolvimento Turístico  
Instituto Universitário da Maia – ISMAI (Maia, Portugal)

**Periodicidad / Publication:**

Trimestral / Four times annually

**Imprimir / Print:**

Clásica

**Número de ejemplares / Copies:** 100

ISSN 1695-7121

D. L. TF 2059-2002

Octubre 2016. Volumen 14 – Número 5

October 2016. Volume 14 – Number 5

Correo electrónico / E-mail:

info@pasosonline.org

Postal Address:

P.O. Box 33

38360 El Sauzal (Tenerife)

España

# PASOS. REVISTA DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

## GUÍA DE ESTILO PARA AUTORES

Revista indexada en: DOAJ; Latindex; ISOC; Redalyc; DICE; E-Revistas; CAB-Abstract;  
Incluida en Web of Science (WOS)

*PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* es una publicación en web que se especializa en el análisis académico y empresarial de los distintos procesos que se desarrollan en el sistema turístico, con especial interés a los usos de la cultura, la naturaleza y el territorio, la gente, los pueblos y sus espacios, el patrimonio integral. Desde una perspectiva inter y transdisciplinar solicita y alienta escritos venidos desde las ciencias y la práctica administrativo-empresarial. Su objetivo es cumplir con el papel de foro de exposición y discusión de metodologías y teorías, además de la divulgación de estudios y experiencias. Pretende contribuir a otros esfuerzos encaminados a entender el turismo y progresar en las diversas formas de prevención de efectos no deseados, pero también perfeccionar la manera en que el turismo sirva de complemento a la mejora y desarrollo de la calidad de vida de los residentes en las áreas de destino.

PERIODICIDAD (números de carácter ordinario): ENERO; ABRIL; JUNIO; OCTUBRE

Para simplificar el proceso de revisión y publicación se pide a los colaboradores que se ajusten estrictamente a las normas editoriales que a continuación se indican.

**Entrega de originales:** Los trabajos deberán ser incorporados a la plataforma de gestión de la revista, previo registro del autor principal, en [www.pasosonline.org/ojs](http://www.pasosonline.org/ojs)

**Metadatos:** Deben incorporarse todos los metadatos solicitados en el registro del trabajo incorporado, incluyendo los datos referentes a los autores y en el apartado Resumen el realizado en el idioma original y, seguido, en inglés.

### TEXTO A INCORPORAR

**Formato de archivo:** El archivo a incorporar deberá estar en formato MSWord (\*.doc; \*.docx) o OpenOffice Writer (\*.odt)

**Idioma:** Los trabajos serán publicados en el idioma en el que sean entregados (español, portugués, inglés o francés).

**Márgenes:** Tres centímetros en todos los lados de la página.

**Tipografía:** Se utilizará en el texto la letra Times New Roman o Arial, tamaño 10, o similar. En las notas se utilizará el mismo tipo de letra a tamaño 9. No utilizar diversidad de fuentes ni de tamaños. Si se desea destacar alguna palabra o párrafo dentro del texto utilizar la misma fuente en cursiva.

**Notas:** Siempre serán situadas al final, utilizando el mismo tipo de letra que en el texto (Times New Roman o Arial) a tamaño 9

**Título:** El trabajo debe ir encabezado por su título en minúsculas y negrita. Bajo él se insertará el título en inglés. Es aconsejable que el título no supere en ningún caso los 100 caracteres (incluyendo espacios).

**Resumen:** Se debe insertar un resumen del artículo (120 – 150 palabras) en el idioma en que está escrito y su traducción al inglés. Para los artículos escritos en inglés se aportará su traducción al español.

**Palabras clave:** Se indicarán 5 – 7 palabras clave sobre el tema principal y su correspondiente traducción a inglés.

**Texto:** El texto debe ser escrito a 1,5 de espaciado y con una extensión de 5.000 a 9.000 palabras para artículos y de 3.000 a 5.000 tanto para opiniones y ensayos como para notas de investigación, incluyendo Título (y su traducción a inglés), Resumen (y su traducción a inglés), Palabras clave (y su

traducción a inglés), Introducción, los apartados que se estimen oportunos, Conclusión, Agradecimientos (si fuera pertinente) y Bibliografía.

**Cuadros, Gráficos e Imágenes:** Los artículos pueden incluir cualquier grafismo que se estime necesario. Deberán estar referidos en el textos y/o situados convenientemente y acompañados por un pie que los identifique. Pueden utilizarse colores, pero ha de tenerse en consideración la posibilidad de una publicación en soporte papel en blanco y negro.

**Abreviaturas y acrónimos:** Deberán ser bien deletreados y claramente definidos en su primer uso en el texto.

**Citas y Bibliografía:** En el texto las referencias bibliográficas harán referencia al autor y el año de publicación de la obra citada. Por ejemplo: (Smith, 2001) o (Nash, 1990; Smith, 2001). Cuando se considere necesaria una cita más precisa se indicará el número de página (Smith, 2001: 34). La lista bibliográfica al final del texto seguirá el orden alfabético de autores, siguiendo el formato:

Smith, Valene L. y Brent, Maryann

2001 "Introduction to Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century". En Smith, Valene L. y Brent, Maryann (Eds.), *Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century* (pp. 1-14). New York: Cognizant Communication. Smith, Valene L.

1998 "War and tourism. An American Ethnography". *Annals of Tourism Research*, 25(1): 202-227.

Urry, J.

1990 *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.

Para otro tipo de publicaciones se hará constar siempre autor, año, título y lugar de celebración o publicación y un estándar para documentos electrónicos, indicando dirección y fecha de acceso.

**Originalidad:** Se requiere el compromiso de los autores tanto de la originalidad de su trabajo como de no remitir su texto simultáneamente a otros medios para su publicación.

**Derechos de autor y Responsabilidad:** Es importante leer la sección "Declaración Ética" en el sitio web de la revista. Los autores serán los únicos responsables de las afirmaciones y declaraciones realizadas en su texto. El equipo editorial de PASOS se reserva el derecho de utilizar en ediciones compilatorias sucesivas los artículos editados. Los textos son publicados bajo licencia Creative Commons, por lo que podrán ser reproducidos como archivo pdf sin alteraciones, íntegramente y citando la fuente PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural ([www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org)). La integración en publicaciones que impliquen la alteración del archivo original requerirán de permiso expreso del autor o autores y del Comité Editorial de PASOS.

Una vez comunicada la ACEPTACIÓN del texto para su publicación, los autores deben cumplimentar el formulario disponible en la sección "Declaración de derechos" y remitirlo al correo electrónico de la revista.

**Proceso de revisión:** Es importante leer la sección "Proceso de revisión" en el sitio web de la revista. Todos los trabajos serán sometidos a evaluación por pares anónimos externos a la revista. Se notificará a los autores el resultado de la revisión realizada mediante correo electrónico con una ficha resumen del arbitrio.

© PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. D.L. TF-2059/2002 ISSN 1695-7121

Revista trimestral gratuita de distribución en web  
<http://www.pasosonline.org> E-mail: [info@pasosonline.org](mailto:info@pasosonline.org)

# PASOS. REVISTA DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

## GUÍA DE ESTILO PARA AUTORES

Revista indexada en: DOAJ; Latindex; ISOC; Redalyc; DICE; E-Revistas; CAB-Abstract;  
Incluida na Web of Science (WOS)

**PASOS. Revista de Turismo e Patrimônio Cultural** é uma publicação web especializada na análise acadêmica e empresarial dos distintos processos que se desenvolvem no sistema turístico, com especial incidência nos usos da cultura, da natureza e do território, nas gentes, nos povos e nos seus espaços, no patrimônio integral. A partir de uma perspectiva inter e transdisciplinar solicita e encoraja escritos provenientes desde as ciências sociais à prática administrativa empresarial. Tem como escopo cumprir o papel de foro de exposição e discussão de metodologias e teorias, além da divulgação de estudos e experiências. Pretende ainda contribuir para a compreensão do turismo e o progresso das diversas formas de prevenção de impactos não desejados, mas também contribuir para que o turismo sirva de complemento à melhoria e desenvolvimento da qualidade de vida dos residentes nas áreas de destino.

**Periodicidade de números ordinários:** Janeiro; Abril; Junho; Outubro

Para simplificar o processo e revisão de publicação pede-se aos colaboradores que se ajustem estritamente às normas editoriais que a seguir se indicam.

**Metadados:** Devem ser indicados todos os metadados solicitados no registo do trabalho incorporado, incluindo os dados referentes aos autores e, em separado, o resumo no idioma original seguido de uma versão em inglês.

### TEXTO A INCORPORAR

**Formato do arquivo:** O arquivo a incorporar deverá estar em formato MSWord (\*.doc; \*.docx) ou OpenOffice Writer (\*.odt)

**Idioma:** Os trabalhos serão publicados no idioma em que sejam entregues (espanhol, português, inglês ou francês).

**Margens:** Três centímetros em todos os lados da página.

**Grafia:** Deverá utilizar no texto a letra Times New Roman ou *Arial*, tamanho 10, ou similar. Nas notas utiliza-se o mesmo tipo de letra em tamanho 9. Não utilizar diversidade de fontes nem de tamanhos. Se desejar destacar alguma palavra ou parágrafo dentro do texto deve utilizar a mesma fonte em cursiva.

**Notas:** Serão sempre colocadas no final, utilizando o mesmo tipo de letra do texto (Time New Roman ou *Arial*) tamanho 9.

**Título:** O trabalho deve ser encabeçado pelo seu título em minúsculas e bold.

Não devem incluir-se no documento dados do autor. Por baixo deve ser inscrito o título em inglês. É aconselhável que o título não ultrapasse os 100 caracteres (incluindo espaços)

**Resumo:** Deve constar um resumo do artigo (120 a 150 palavras) no idioma em que está escrito e a sua tradução em inglês. Para os artigos escritos em inglês deve incluir-se a sua tradução em espanhol.

**Palavras-chave:** Incluem-se 5-7 palavras-chave sobre o tema principal e a sua correspondente tradução para inglês.

**Texto:** Este deve apresentar o espaçamento de 1,5 ter uma extensão de cerca de 5 000 a 9 000 palavras para artigos e 3 000 a 5 000, tanto para opiniões e ensaios como para notas de investigação, incluindo título (e a sua correspondente tradução para inglês), Palavras-chave (e a sua correspondente tradução para inglês), Introdução, as notas que se entendam oportunas, Conclusão, Agradecimentos (se se justificarem) e Bibliografia.

**Quadros, gráficos e imagens:** Os artigos podem incluir qualquer grafismo que se ache necessário. Deverão estar referenciados com o número correspondente no texto e acompanhados por um título que os identifique. Podem utilizar-se cores; porém, a considerar-se a possibilidade de uma publicação em suporte de papel serão usadas apenas a preto e branco.

**Abreviaturas e acrónimos:** Deverão ser bem definidos na primeira vez que forem usados no texto.

**Citações e bibliografia:** No texto as referências bibliográficas terão que reportar o autor e o ano da publicação da obra citada. Por exemplo: (Smith, 2001) ou (Nash, 1990; Smith, 2001). Quando se considere necessário uma referência mais precisa deve incluir-se o número da página (Smith, 2001: 34). O aparato bibliográfico do final do texto surge consoante a ordem alfabética dos autores, respeitando o seguinte formato:

Smith, Valene L. y Brent, Maryann

2001 "Introduction to Host and guest revisited: Tourism issues of the 21st century". En Smith, Valene L. y Brent, Maryann (Eds.), Host and guest revisited: Tourism issues of the 21st century (pp.-14). New York: Cognizant Communication.

Smith, Valene L.

1998 "War and tourism. An American Ethnography". *Annals of Tourism Research*, 25(1): 2002-227.

Urry, J.

1990 *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.

Para outro tipo de publicação terá que ser sempre referenciado o autor, ano, título e lugar do evento ou publicação e um standard para documentos electrónicos, indicando endereço e data de acesso.

**Originalidade:** Requiere-se o compromisso, tanto da originalidade do trabalho, como o de o texto não ter sido remetido simultaneamente para outros suportes para publicação.

**Direitos e Responsabilidade:** É importante ler a secção "Declaração Ética" no sítio da web da revista. Os autores serão os únicos responsáveis pelas afirmações e declarações proferidas no seu texto. À equipa editorial da PASOS reserva-se o direito de utilizar em edições compilatórias sucessivas os artigos editados. Os textos são publicado ao abrigo da licença Creative Commons, pelo que poderão ser reproduzidos como arquivo pdf sem alterações, integralmente e citando a fonte PASOS Revista de Turismo e Patrimônio Cultural ([www.pasononline.org](http://www.pasononline.org)). A integração em publicações que implique a alteração do arquivo original requererão a autorização expressa do autor e da Comissão Editorial PASOS.

Uma vez comunicada a ACEITAÇÃO do texto para publicação, os autores devem completar o formulário disponível na secção "Declaração de direitos" e remetê-lo pelo correio electrónico da revista.

**Processo de revisão:** É importante ler a secção "Processo de revisão" no sítio web da revista. Todos os trabalhos serão submetidos e avaliados por pares anónimos externos à revista. Os autores serão notificados dos resultados da revisão realizada mediante uma ficha- resumo da arbitragem.

## Índice

Rui Carvalho Ana Maria Ferreira Luís Mota Figueira	Cultural and Creative tourism in Portugal	1075
Maria Luiza Cardinale Baptista	Sujeito-trama do turismo: Reflexões sobre a subjetividade contemporânea e suas implicações para a pesquisa do turismo	1083
Ramón García Marín José Luis Andrés Sarasa Cayetano Espejo Marín	Conocimientos tácitos, transversalidad turística y desarrollo local. El ejemplo de una ciudad desolada y en proceso de reconversión: Lorca (Región de Murcia, España)	1093
Miguel Santos Salinas Ramos	Entre el reconocimiento y el abandono. La situación del Camino Real de Tierra Adentro en el norte de Guanajuato.	1109
Fernanda Araújo Nunes Anette Santiago Pereira	Quando a face da cultura aparece: um estudo sobre a rede de relações institucionais para a formatação das políticas públicas de cultura no município de Parnaíba – PI	1123
Dan Gabriel D'Onofre Rodrigo Amado dos Santos	Do pioneirismo à coxia: a memória banguense e sua relação com o turismo	1143
Carla Maria Schmidt Marialva Tomio Josmary Karoline Demko Alves Flaviane Rossi	O empreendedorismo coletivo no contexto do turismo rural sustentável: uma experiência do Sul do Brasil	1161
Dan Gabriel D'Onofre Marcelino de Souza	A hospitalidade comercial e doméstica sob formas híbridas em destinos turísticos rurais em Nova Friburgo/RJ, Brasil	1175
Zeinab Jeambey	Rutas Gastronómicas y Desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña	1187
Edgar Rojas Rivas Felipe Carlos Viesca González Elena Espeitx Bernat Baciliza Quintero Salazar	El maguey, el pulque y las pulquerías de Toluca, Estado de México, ¿patrimonio gastronómico turístico?	1199
Paula Wabner Binfare Patrícia Lins de Arroxelas Galvão Cleber Augusto Trindade Castro	Enoturismo: possibilidades e desafios para o desenvolvimento regional do turismo na região vinícola do Vale do São Francisco - Nordeste brasileiro	1217
Maria Aparecida Pontes da Fonseca Maria Maria Lúcia Bastos Alves Lúcia Renata Mayara Moreira de Lima Renata	Segunda residência e a construção dos vínculos afetivos e territoriais no Polo Costa das Dunas / RN / Brasil	1229

Caroline Lopes de Paula Ricardo Ricci Uvinha	Mundial FIFA 2014 en San Paulo y sus impactos: estadio arena Corinthians como equipamiento de ocio	1241
Anderson Souza André Silva Maria de Lourdes Barbosa	Understanding consumers' reluctance to purchase hotel services online: what makes it so risky?	1253
David González Vázquez	La patrimonialización de la memoria histórica: entre el deber social y la estrategia turística. Apuntes sobre el caso catalán.	1267
Cecilia Pérez Winter	¿"Tierra de Gauchos" o "Gaucholandia"? Autenticidad en San Antonio de Areco (Argentina).	1281

### ***Opiniones y ensayos***

Rubens da Silva Ferreira	O Escudo Guianês: um patrimônio natural para preservar	1297
--------------------------	--	------

### ***Reseña de Publicaciones***

Maximiliano E Korstanje	Pilgrimage and sacred places in southeast Europe.	1309
Maximiliano E Korstanje	Religious Tourism and Pilgrimage Management.	1311



## Cultural and Creative tourism in Portugal

**Rui Carvalho\***

Vocational School of Coruche and Torres Novas (Portugal)

**Ana Maria Ferreira\*\***

University of Évora (Portugal)

**Luís Mota Figueira\*\*\***

Polytechnic Institute of Tomar (Portugal)

**Abstract:** A new paradigm in the tourism industry is changing the meaning of culture and its use in promoting several touristic products/experiences and destinations. The questions we want to answer are the following: How can creative tourism be important in a destination and what are its implications in its organization? Methodology was based on the bibliographic review related to the object of study, data and content analysis, “snowball sampling” technique, surveys and participant observation technique. This paper analyzes how the event MED Festival in Loulé, Algarve has improved local economy, solved urban problems in the historical center (venue of the event) and helped to differentiate touristic supply in the mature touristic destination in the Algarve, Portugal.

**Keywords:** Cultural and Creative Tourism; Cultural Event; Urban Regeneration; MED Festival; Algarve.

### Turismo cultural y creativo en Portugal

**Resumen:** Un nuevo paradigma en la industria turística está cambiando el significado de la cultura y sus usos de forma a promocionar productos o experiencias y destinos otros. Las cuestiones que ponemos son las siguientes: ¿Cuál es la importancia del turismo creativo en un destino turístico y cuáles serán las consecuencias para su organización? La metodología seguida se basó en una revisión de la literatura relativa al objeto de investigación, estudio de caso, análisis de datos, análisis de contenido, toma de muestras, “bola de nieve”, encuestas y observación participante. Este artículo analiza cómo el evento Festival MED en Loulé, Algarve ha mejorado la economía local, ha resuelto problemas urbanos en el centro histórico (área del evento) y ayudó a diferenciar la oferta turística en el destino turístico maduro, en el Algarve, Portugal.

**Palabras Clave:** Turismo cultural y turismo creativo; evento cultural; Regeneración Urbana; MED Festival; Algarve.

### 1. Introduction

The paper starts by reflecting about the paradigm shift in the tourism industry where a change from cultural tourism to creative tourism is analyzed. We argue that a wider use of culture by touristic destination managers has real implication in the tourism supply which leads to the use of different cultural and creative policies. In the following sections we analyze the connection between the destination image

\* Msc Development of cultural tourism products, Tourism Teacher, Vocational School of Coruche and Torres Novas, Portugal. Research Field: Cultural Tourism, Creative Tourism, Tourism Planning, rui.nm.carvalho@iol.pt, rui.carvalho57@gmail.com

\*\* PhD, Associate Professor, School of Social Sciences, University of Évora, Portugal. Research Field: Tourism Planning, Methodology Tourism and Urban Management of Tourism and Culture, amferreira@uevora.pt

\*\*\* PhD, Coordinator Professor of the Department of Tourism and Culture Management, Polytechnic Institute of Tomar, Portugal. Research Field: Cultural Tourism, lmota@ipt.pt

and its benefits for local communities and the reality of creative events in Portugal. In the last sections we pay deeper attention to the case study, festival Med in Loulé, Algarve where we show the importance of creative inputs present in the cultural event and its contributions in terms of urban regeneration, better quality of life, increase in local pride, preservation of local cultures through creative venues and experiences. The object of study allowed us to see how cultural and creative tourism is being developed in the Algarve region, known as a sea, sun and sand tourism destination of excellence. The conclusion of this paper allowed us to measure the creative contributions that a cultural event can represent to a mature touristic destination such as the case of the Algarve.

## 2. Creative tourism as a form of cultural tourism

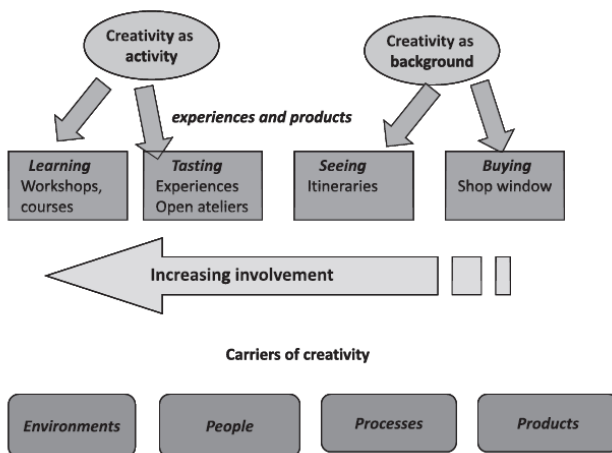
The intense relationship between tourism and creativity has been studied by several authors (Richards, 2009, 2011); (Richards and Wilson, 2006, 2007); (Ferreira, A. 2010); (Filipe, C. 2009); (Carvalho, 2011); (Carvalho, R. *et al*, 2011), (King, B. 2009), throughout the last decade. Creative tourism is a form of cultural tourism (Ohrdska-Olson, 2010). A different paradigm has been emerging in the last years - the creative reaction to a highly massive cultural tourism market and the commodification of tourism products and experiences (Richards, 2009; Carvalho, 2011). The contributions of the creative industries, Florida's "Creative class", Landry's "Creative cities", Pine and Gilmore's "Experience economy" and the commoditization of culture, have been the object of study of many researchers. To this ongoing discussion Richards and Raymond's definition of Creative Tourism, has been fundamental. They postulate that "*Creative tourism is a type of tourism related to the active participation of travelers in the culture of the host community, through interactive workshops and informal learning experiences based on the characteristics of the holiday destination where they are undertaken*" (Richards and Raymond, 2002) *apud* (Richards and Wilson, 2006, 2007). According to the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), creative tourism is a travel directed toward an engaged and authentic experience, with participative learning in the arts, heritage or special character of a space and it provides a connection with those who reside in this place and create this living culture (UNESCO, 2006). Been a special interest tourism niche, (Richards and Wilson, 2007) argue that it's very difficult to find many tourists that are highly motivated to participate only in this kind of learning activities. Instead, we argue that the inclusion of these so called creative activities, work better as secondary motivators in events like the Festival MED in Loulé, and help to differentiate the destination's touristic image during the summer using their endogenous resources (Carvalho, 2011). In this type of tourism, the tourist acts as the co-creator of his/her touristic experience being authentic and allowing the tourist to learn effectively about the host community's culture *idem*. Richards identified the change behind the use of cultural resources to build attractive cultural and creative tourism products, where he points out that destination tourism planning used to be based mainly in physical attractions such as built heritage, landscapes, monuments, museums, beaches and nowadays destination marketing managers are using images, activities, life styles, narratives, atmospheres and the media to differentiate and promote their countries and regions (Richards, 2009); (OECD, 2009); (Carvalho, 2011). A wider perspective of a cultural use is gained in creative tourism (Carvalho, 2011). Is important to this discussion to point out the contexts of creativity in tourism as Richards and Wilson argue: In terms of timescale activities are influenced by the past, present and future elements; the cultural context represents a creative process; it privileges the consumption of experiences and co-makemanship; learning orientation results in an active skill development; the intervention is realizing the tourist's creative potential (Richards and Wilson, 2007: 258). By stepping outside the confines of the tourist gaze (Urry, 1990), cultural and creative tourists are engaging their creative skills to develop new relationships with the everyday life of the destination (Richards, 2011). It is well known that the postmodern tourist needs something different and authentic, he wants everything now and manages its own travelling features, uses the internet, "*tripadvisor*" and the social networks to inform people what he has "*been up to*." A recent study concluded that people visit on average 23 websites before choosing their touristic destination (Hosteltur, 2011). An attempted was developed by us to characterize the creative tourist (Carvalho, 2011), (Carvalho *et al*, 2011). Following the opinions of several authors along with our research, we came forward with the following provisional profile: the creative tourist belongs to a high social class and has at least one academic degree; is highly motivated to participate actively in learning activities or courses which are based in the destination's local culture; he can arguably be connected professionally to the cultural and academic sector, media, fashion, performing arts, research or others sectors or professional areas;

he looks for different contexts where he can live authentic experiences in order to develop his or hers creative “*baggage*” and enhances his or hers cultural capital (Carvalho, 2011), (Carvalho *et al*, 2011). This special interest tourism also helps to boost local economies, helps urban regeneration, pride of place and helps to re-activate intangible resources (Carvalho, 2011).

### 3. The creative use of cultural policies

Creative tourism is the type of tourism that allows a larger “*exploration*” of culture where concepts of tangible and intangible heritage, endogenous resources among others are used in touristic destinations to improve sales, become more attractive and differentiate them from other touristic destinations (OECD, 2009). At a macro level we can easily point out several examples of cultural policies developed in several countries. The construction and latter franchising of the Guggenheim concept (iconic structures), mega events (Olympic Games, World cups), special themes (world cities, creative cities, cultural capitals) and mining heritage being the case of Florence where in a city with a strong heritage value, attempts to rehabilitate it in order to preserve their high rate of visitation by using new technologies (Richards, 2011); (Richards e Wilson, 2007); (Filipe, 2009); (OECD, 2009). According to Ferreira cultural policies have changed. In the nineties in Portugal, local cultural strategies were based mainly in the construction of physical infra-structures, the subsidization of artistic production and the promotion of equal opportunities, nowadays it changed to supporting cultural and creative businesses linking subsidies and incentives for co-financing (public and private sectors) and encouraging the use of culture as an element of regional identity and a factor-based regional differentiation (adapted from Ferreira, 2010). In this discussion the cultural spatial organization of destinations has also been object of study of many researchers where cultural districts, cultural corridors, creative hubs among others, are result of the use of creative and cultural strategies. This however provides in some cases precarious forms of labor which are sustained by a belief in the “one hit wonder” which will deliver riches and fame (McRobbie, 2007) apud (Richards, 2011). The creative industries can therefore count on a significant pool of part-time and casual workers (Currid, 2007) apud (Richards, 2011). There is even the problem of gentrification when attempts are done to import the creative class to other countries or places which can translate in the raising of the prices on local houses (Carvalho, 2011). Several creative tourism business models (C.R.B.M.) have been presented in more recent studies. The example of Ohridska-Olson’s (C.R.B.M.), where both supply and demand factors for creative tourism are analyzed, as well as its tangible and intangible benefits. The main results postulated by the author are the increased success for local business and prosperity for local community (Ohridska-Olson, 2010) and as (Richards, 2011: 1239) points out, there are different styles of creative tourism ranging from more active to more passive types of tourism of creative activities involving different types of creativity as shown below in Figure 1.

Figure 1: Modes of creative tourism (Richards, 2011: 1239)



In this fruitful relationship, three types of possible creative developments strategies have been displayed by (Richards and Wilson, 2006) which are creative spectacles, creative spaces and creative tourism. Creative spectacles where events can act as concentrators in terms of time and space, forming nodes in creative networks and providing a direct link between creativity and tourism. Creative spaces (...) which are driven by both production and consumption functions (Richards, 2011). And as argued before, creative tourism has several advantages over cultural tourism: a) Creativity can add value more easily because of its scarcity and is possessed by only a few people, b) It allows destinations to innovate their products rapidly and differentiate themselves from other destinations, c) usually creative resources are more sustainable and renewable than tangible ones, d) creativity is generally more mobile than tangible cultural products and e) creativity involves value creation from both tourists and destination managers among others (Adapted from Richards and Wilson, 2006: 1215). This represents a problem to both experience consumers and experience suppliers (Carvalho, 2011). As identified by the authors, to develop creative tourism businesses, is necessary to recognize that tourists (and others) contribute to the touristic product with their own cultural capital, knowledge, emotions and tastes; creative products are personalized; the opposition of creative tourism to the standardization of tourism packaging and everything that the experience providers can do is to facilitate experiences and suggest meanings – they can't supply any of them (Prentice e Anderson, 2007) *apud* (Felipe, 2009). So this means that both creative tourists and destination managers need to develop their creative skills (Carvalho, 2011).

#### 4. Destination image and benefits for local communities

In this recent paradigm already identified, creative tourism has an important role where local communities seem to have an increasing pre-disposition to support tourism. This happens because creative tourists are interested in learning actively about local cultures and engaging in unique experiences. Aref argues that local communities are the main reason why people choose a holiday destination (Aref *et al*, 2010). The contribution of local communities to the destination image formation has been studied by several authors (Da Cruz, 2006); (Richards and Wilson, 2006, 2007); (Richards, 2009); (Pimentel *et al*, 2006); (OECD, 2009); (Walker, 2010); (Carvalho, 2011). According to Buhalis, an image is the set of expectations and perceptions that the potential visitor has about the destination (Buhalis, 2000). “*Word of mouth*” is probably the most reliable source of information in the formation of the destination image (Gartner, 1993; Assael, 1999 *apud* Chagas, 2009). An image that represents local history can have a positive effect on local communities. As Walker argues, tourism stakeholders don't interact enough with tourists and the local communities when the essence of local history is not reflected in touristic images, brands and cultural products (Walker, 2010). For the benefit of local communities, history acts as a mechanism which protects cultural integrity and allows authentic touristic experiences (Adapted from Walker, 2010). For this to occur, Walker defends that three things must happen: a) Congruence between the tourism image and the tourist product; b) Prioritizing host community self-knowledge and c) Both image and cultural brand should represent the every member of the local communities (Walker, 2010). The host community can benefit from an active participation in the local tourism business, sell their own handcraft products, rent their houses, boost their local economy, create jobs, become active tourism stakeholders promote their history, lifestyles, habits, traditions, cultural events and place.

#### 5. Creativity in Portugal, cultural events and their creative elements

In recent studies the contribution of the creative sector was analyzed in what concerns to Portugal. According to the author Mateus, the cultural and creative sector represented 2.8% of the Gross Value Added (GVA) generating 3.7 billion Euros in 2006, corresponding to 2.6% of jobs created in Portugal in the same year (Mateus, 2010). In terms of Gross Domestic Product (GDP), creative industries contributed to 1.4% of the GDP of Portugal (KEA, 2006) *apud* (Albuquerque and Esperança, 2010). If we analyze cultural statistics in Portugal, in the study elaborated by the National Statistics Institute, the percentage of jobs in cultural and creative activities diminished from 84 thousand in 2008 to 75 thousand in 2009 (INE, 2010, p43). It's also important to point out the recent European program named “Creative Europe - A new framework program for the cultural and creative sectors (2014-2020)”, <http://ec.europa.eu/culture/creative-europe/>, where better networking connections between sectors are needed and where 1.8 billion Euros is the estimated amount to finance several cultural and creative business, projects and

events around Europe through the period of six years. According to (Getz, 1997), events are temporary occurrences planned or not, which have the power to attract huge media coverage, people know they are ephemeral and this characteristic represents great part of its attraction. Events popularity and singularity are directly related with their ability to pursue several goals (Getz, 2001 apud Ribeiro and Ferreira, 2009). On this matter we were interested in studying festivals as cultural events (Carvalho, 2011); (Carvalho et al, 2011). A festival is a cultural, public and thematic celebration (Getz, 1997, p7) and constitutes an opportunity to share what is unique about local communities to visitors (Derret, 2000). They reinforce communities social cohesion, the development of their potential, the exchange of ideas in the image of local communities, they allow their participation in the event's activities (Silberberg, 1995); (Getz, 1997). Cultural events are used to create new atmospheres, magical environments, different images, urban regeneration, job creation and cultural development (Carvalho, 2011). In terms of image, events are "image builders" that help to overthrow negative images (Getz, 1997). As argued before, cultural events and specifically festivals where creative elements are present, help to differentiate destinations from one another. There have been several attempts to develop creative events in Portugal with the goals of improving both urban and rural areas. One of the best known examples has been the case of Óbidos, where an increase of cultural events have resulted in several positive effects among the local community with the development of the international chocolate festival, natal village (Vila Natal), Opera Festival, medieval market, among others. Óbidos is also part of the European Network Creative Clusters in Low Density Urban Areas (<http://urbact.eu/?id=94>) where since 2009 the village of Óbidos has been sharing its creative ideas. In 2012, Guimarães European Capital of Culture, where the cultural and creative program deserves some attention (<http://www.guimaraes2012.pt/>). Our study was focused in the Algarve region, more precisely in Loulé with the organization of the MED Festival.

## 6. Contextualization of the study

Algarve is by far the most important touristic region in the country being the favorite holiday destination for Portuguese domestic tourists and several European countries such as England, Spain, France and Germany. It is the sea and sun strategic product which characterizes its touristic market along with its hot climate. In terms of cultural supply in the region of the Algarve, the Strategic National Tourism Plan (P.E.N.T.) identifies cultural heritage influenced by Arab Heritage, the Portuguese Discoveries, among others (PRTA-PENT, 2009). The same study also identifies five "old cities" in the Algarve region with strong touristic and cultural potential: Silves, Lagos, Tavira, Faro and **Loulé** for their monuments, but mainly their unique historical centers. It was identified a recent cultural policy organized mainly by the public touristic institutions and local city halls. In 2007 the events and promotion program "*ALLGARVE*" started to add quality to the touristic region by promoting international cultural and musical events in order to attract more tourists to the region throughout the year ([www.allgarve.com](http://www.allgarve.com)). In the same year the region founded the Algarve Museum Network with the goal of a better cooperation and work among the museums of the region.

## 7. The Cultural and Creative discourse of Loulé

The municipality of Loulé is the largest county of the Algarve region. According to (Partidário et al, 2006) the county's economy is dominated by the tourism sector representing 66% of the regional GDP. While consulting several literature and websites about the area, we've notice that Loulé was one of the cities in the region of the Algarve had the premises of creativity present in the bibliographic review. Mainly in terms of cultural and creative policies programs, the organization of cultural events using creative details and the use of local culture to differentiate the city from other destinations. In 2010 the cultural area represented 3.5% of the total city hall's budget. The project "*Charme*" initiated in 2010 had the goal of restoring life to the local historical center through the organization of a creative ideas contest where everybody had the opportunity of starting their business in this urban area but also come and live there. The recovery of old buildings and the transformation of old buildings in tearooms, art galleries, handcrafts shops among others, the development of services and products based in the use of creative industries, where similar goals of this project (Carvalho, 2011). The MED Festival was the main driver for the project's success according to the city hall. We've confirmed that the concepts of creativity, creative class and creative industries were present in the region of Loulé.

## 8. Case Study - Loulé MED Festival

According to the website of the festival, this musical and cultural event began in 2004 during the 2004 Euro Cup program. The MED Festival had three main objectives: a) To promote and revitalize the city's historical center; b) To divulge the culture of the Mediterranean and c) the promotion of the destination's touristic image during summer season (Carvalho, 2011). Through participant observation we've witness this fact while participating in the Festival's last edition. The MED Festival is a festival of World Music whose cultural basis is part of the Mediterranean area. In its first edition in 2004 nineteen bands played in one stage, in 2010 forty one bands used seven stages resulting in the enhancement of the venue's event. This included almost the totality of the historical center (Carvalho, 2011). The event also offers contemporary art exhibitions; local, regional, national and international quality gastronomy; street theater; handcrafts sales, entertainment and workshops (music, step-dancing, percussion, yoga, construction of musical instruments among others); a venue for kids and their parents where the entire family is induced to participate in creative activities (Carvalho *et al* 2011). The event is organized by the City Hall through a public enterprise named "Loulé Concelho Global" where the cultural programming, bands contacts, local and regional stakeholders, sponsors and all work is done in benefit of the event. In 2010, 1731 professionals where accredited and the MED Festival brought 22.000 visitors to the city between 23 and 26 of June (Carvalho, 2011). It's possible to imagine an old Arab Almedina (City) while visiting the venue, the aromas of the Mediterranean, the reality of multiculturalism, the active participation of the host community in the event and its activities, the market, art exhibitions in unusual places that "catches you" off guard. This led to the choice of our object of study where the presence of creativity was a proved fact during our field research.

## 9. Conclusions

It was our objective to measure how creativity and cultural tourism were been developed in the southern region of Portugal. Through content analysis used in several official websites, local and regional newspapers, touristic promotion material, cultural agendas and cultural programs, we've detected the repetition of terms as "revitalization of the historical center" and "workshops" in the context of cultural events organized in the Algarve during 2010. "Snowball sampling" technique was used to conduct several surveys where professionals directly connected to the organization of the event, were inquired about the variables of study (Carvalho, 2011). The data collected through surveys in 2010, allowed us to identify the presence of the characteristic of creativity in terms of co-markership (Richards, 2011), co-production in experiences (Pine and Gilmore, 1999) and the active role of tourists in music related workshops (Carvalho, 2011). The key theme and main decision of choice for the participants of the event is World Music. This makes creativity a secondary factor to the visitor, functioning in terms of diversification of the tourism supply in the region of the Algarve (Carvalho, 2011). According to the people inquired, workshops are the true creative components present in the Festival *Idem*. It was identified by all respondents the will of every stakeholders involved in the organization of the event, to develop creative spaces where participants and develop their creative skills (Richards, 2011); (Carvalho, 2011). We can characterize such spaces as small venues where people of different cultures can interact, learn effectively something new about the music and about themselves. Public formation and personal awareness based in the creative industries are main objectives to be achieved by the City Hall. The historical center constitutes the main factor of differentiation of other cultural events organized in the region. The MED Festival allows the conservation of the secular Arab heritage of the historical center, the creation the "magical atmospheres", the presence of white colors and the smells characteristic of the Mediterranean area, the participation of the host community, pride of place and an effective interaction between tourists and locals (Smith and Forest, 2009); (Carvalho, 2011). Restaurants outside the official venue of the event follow the theme celebrated, providing local Portuguese and Mediterranean gastronomy menus, and decorating their establishments according to the theme of the event. Respondents also argued that the event allows the formation of a different destination image based in the variation of the cultural and touristic supply, several experiences created which leads to both tourists and locals own cultural self reflection. In terms of the event's contribution to the local history (Walker, 2010), this happens when we think of the presence of local handcrafts, regional gastronomy, local architecture conservation but also the presence of international art, music, culture and mainly international music bands (Carvalho, 2011). Finally we think that the main contribution of the MED Festival is to allow the repositioning of the city of Loulé in the region of the Algarve, as a touristic destination that offers more than sun, sand and sea but also a quality cultural and touristic supply through

the organization of cultural and creative events. We think that this model should be replied as several events working together may help to change a destination's touristic image faster.

## Bibliografia

- Albuquerque, A. e Esperança, J.P.  
2010. "El valor económico del portugués: lengua de conocimiento on influencia global", Real Instituto Elcano Madrid – España, (pp. 1-15). Retrieved from (<http://www.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2010/05929.pdf> - 23.03.2012).
- Aref, F., Gill, S., Aref, F.  
2010. "Tourism development in local communities: As a community development approach", *Journal of American Science*, Marsland Press; 6 (2): 155-161.
- Buhalis, D.  
2000. "Marketing the competitive destination of the future", *Tourism Management*, 21: 97-116.
- Carvalho, R.  
2011. "Os eventos culturais e criativos poderão ou não contribuir para uma imagem diferenciadora do destino turístico maduro?" Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Tomar.
- Carvalho, R., Ferreira, A.M., Figueira, L.M.  
2011. "O contributo dos eventos culturais e criativos para a criação de uma imagem diferenciadora do destino turístico maduro. O caso do festival MED de Loulé, Algarve". First International Conference on Tourism and Management Studies, 26-29 October, pp457-466, Algarve. Retrieved from (<http://tmstudies.net/index.php/ectms/article/view/210/295> - 15.03.2012).
- Chagas, M.  
2009. "Formação da imagem de Destinos turísticos: Uma Discussão dos Principais Modelos internacionais", *Caderno Virtual de Turismo*, Vol.9(1).
- Da Cruz, G., De Camargo, P.  
2006. "A construção da imagem de marca dos destinos turísticos através do seu património cultural intangível", trabalho apresentado ao GT07 "Turismo e construções simbólicas" do IV Seminário de Pesquisa em turismo do Mercosul – Caxias do Sul, 7 e 8 de Julho de 2006.
- Derret, R.  
2000. "Can Festivals brand community cultural development and cultural tourism simultaneously?" *Events Beyond 2000*. En (ALLEN *et al*, 2000) proceedings of Conference on event evaluation, research and education, (pp. 120-129). Sydney.
- Felipe, C.  
2009. "Andanças do turismo criativo", Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro.
- Ferreira, A.  
2010. "Comunidades criativas e desenvolvimento, jornada – a criatividade empresarial como caminho para a criatividade". CRIA Divisão de Empreendedorismo e Transferência de Tecnologia da Universidade do Algarve, 20 de Abril de 2010.
- Florida, R.  
2002. The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. *Basic Books*, New York.
- Getz, D.  
1997. Event management and event tourism. *Cognizant Communication Corp*.
- HOSTELTUR.  
2011. "Los short breaks y la larga distancia se recuperan en 2011." Retrieved from ([http://www.hosteltur.com/146500\\_shortbreaks-larga-distancia-serecuperan-2011.html](http://www.hosteltur.com/146500_shortbreaks-larga-distancia-serecuperan-2011.html) - 06.09.2011).
- King, B.  
2009. "Creative tourism and cultural development: some trends and observations". Presentation at the Cultural Tourism Conference, Bonavista Institute in New Foundland, 19th November. Retrieved from (<http://www.lordculture.com/publications/articles.htm> - 15.11.2010).
- Mateus, A.  
2010. "O Sector Cultural e Criativo em Portugal", Apresentação Pública do estudo para o Ministério da Cultura/GPEARI", Janeiro de 2010. Retrieved from ([http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAAs/AreasAtividade/ProdutoseDestinos/Documents/Doc12\\_EstudoSectCultCriativoPT2010-01.pdf](http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAAs/AreasAtividade/ProdutoseDestinos/Documents/Doc12_EstudoSectCultCriativoPT2010-01.pdf) - 11.09.2012).
- OECD  
2009. "The impact of culture on tourism", OCDE Report.

- Ohridska-olson, R.  
2010. "Creative Tourism Business Model and Its Application in Bulgaria", *Cultural Realms*, 2010. Retrieved from (<http://pt.scribd.com/doc/39093051/CreativeTourism-Business-Model-and-its-application-in-Bulgaria> - 22.11.2011).
- Partidário, M.  
2006. *Estratégia de sustentabilidade do concelho de Loulé*. Coordenação: CESUR (Centro de Sistemas Urbanos e Regionais), Instituto Superior Técnico
- Pelicano, M.  
2009. "Festivais de música – perfil do consumidor e determinantes dos padrões de consumo", Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro.
- Pine & Gilmore.  
1999. "Welcome to the Experience Economy", *Harvard Business Review*, (pp. 97-105). Retrieved from (<http://oxygenfororganizations.com/wp-content/uploads/welcome-to-the-experience-economy.pdf> - 24.08.2010).
- Pimentel, E., Pinho, T., Vieira, A.  
2006. "Imagem de Marca de um destino turístico". *Turismo – Visão e Acção*, vol.8, n°2, Maio/Agosto (pp.283-298).
- PRTA\_PENT.  
2009. "Estudo de alinhamento do programa regional de turismo do Algarve ao plano estratégico nacional de turismo", Turismo do Algarve. Retrieved from ([http://www.turismoalgarve.pt/NR/rdonlyres/15382237-8582-4EAB-87679EF704A98680/0/alinhamento\\_PRTA\\_PENT.pdf](http://www.turismoalgarve.pt/NR/rdonlyres/15382237-8582-4EAB-87679EF704A98680/0/alinhamento_PRTA_PENT.pdf) – 20.10.2010).
- Ribeiro, S. & Ferreira, L.  
2009. "As festas populares urbanas: eventos turísticos especiais", *Revista Científica Percursos e Ideias*, IS CET, n° 1 – 2ª serie 2009.
- Richards, G.  
2009. "Creative tourism and local development", In: Wurzburguer, R. et al, (eds.) *Creative Tourism A Global Conversation, How to Provide Unique creative experiences for Travelers Worldwide*, (pp.78-90). Sunstone Press, Santa Fe, New Mexico
- Richards, G.  
2011. "Creativity and Tourism – The state of the Art", *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, No.4: 1225-1252.
- Richards, G. & Wilson, J.  
2006. "Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?" *Tourism Management*, 27: 1209-1233.
- Richards, G & Wilson, J.  
2007. "Tourism development trajectories: from culture to creativity?" En Richards, G e Wilson, J.; (eds.) *Tourism, creativity e development* (pp. 1-33). Routledge, Taylor and Francis Group, New York, London.
- Silberberg, T.  
1995. "Cultural Tourism and Business opportunities for museums and heritage sites", *Tourism Management*, v16, n° 5.
- Smith, M. & Forest, K.  
2009. "Enhancing vitality or compromising integrity? Festivals, Tourism and the Complexities of performing culture". En Picard and Robinsons (eds.) *Festivals, Tourism and Social Change – Remaking Worlds*. (pp. 133-151). Channel View publications.
- UNESCO  
2006. "Towards sustainable strategies for creative tourism". Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism, Santa Fe, New Mexico, U.S.A., October 25-27, 2006. Retrieved from (<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159811E.pdf> - 05.15.2010).
- Urry, J.  
1990 *The tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.
- Walker, M.  
2010. "Cities as Creative Spaces for cultural tourism: A plea for the consideration of history", *Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 8 Special Issue. 17-26.

*Recibido:* 26/07/2012  
*Reenviado:* 05/12/2015  
*Aceptado:* 20/02/2016  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*



## Sujeito-trama do turismo: Reflexões sobre a subjetividade contemporânea e suas implicações para a pesquisa do turismo

**Maria Luiza Cardinale Baptista\***

Universidade de Caxinas do Sul (Brasil)

---

**Resumo:** O presente artigo faz a proposição do conceito sujeito-trama, considerando a complexidade da subjetividade contemporânea e suas implicações para o Turismo. Aborda a engrenagem de subjetivação maquínica, nos processos de desterritorializações do turismo, em tempos de internacionalização, globalização e de ressignificação das relações com os destinos turísticos e de produção de vida. Trata-se de abordagem transdisciplinar, envolvendo as áreas do Turismo; da Subjetividade, neste caso, especialmente da Esquizoanálise; e a Epistemologia da Ciência, com autores que remetem à complexidade sistêmica contemporânea. Resulta de realização de pesquisas sobre subjetividade, comunicação e turismo, na Universidade de São Paulo (USP), Universidade de Caxias do Sul (UCS) e Universidade Federal do Amazonas (UFAM). O texto traz ainda sinalizadores sobre práticas metodológicas de pesquisas, envolvendo os sujeitos-trama do turismo, em coerência com o cenário de mutação da ciência. A composição de campo subjetivo caosmótico também é apresentada como resultante de agenciamentos midiáticos-socioeconômicos-políticos e culturais.

**Palavras-chave:** Turismo; Subjetividade; Desterritorialização; Caosmose; Miatização.

---

### **Plot subject of tourism: Thoughts about contemporary subjectivity and its implications for tourism research**

**Abstract:** This paper proposes a plot subject concept that considers the complexity of contemporary subjectivity and its implications for tourism. It addresses the machinic subjectivation gear in the processes of tourism deterritorializations in times of internationalization, globalization, and giving new meanings to the relationships with tourist and life production destinations. It is a transdisciplinary approach involving the fields of tourism; subjectivity, especially schizoanalysis in this case; and the epistemology of science, according to authors that discuss the contemporary systemic complexity. It is the product of research on subjectivity, communications, and tourism at São Paulo University, University of Caxias do Sul, and University of Amazonas. The text also brings indicators about research methodology practices involving the plot subjects of tourism consistent with science's changing scene. The makeup of the chaosmotic subjective field is also presented as a result of media-socioeconomic-political and cultural intermediations.

**Keywords:** Tourism; Subjectivity; Deterritorialization; Chaosmosis; Mediatization.

---

### **1. Introdução**

Na perspectiva da mutação da Ciência, em sentido amplo, estão autores como Edgar Morin (1986, 1991, 1993, 1998, 2003, 2013), Humberto Maturana (1998), Fritjof Capra (1990, 1991, 1997), Roberto Crema (1989) e Boaventura Sousa Santos (1988, 1989) entre outros, que direcionam as investigações para a complexidade, para a compreensão das redes de cooperações e amorosidade da teia da vida, bem

---

\* Doutora em Ciências da Comunicação, pela ECA/USP. Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da UCS (BRASIL). Pesquisadora com apoio CNPq. Coordenadora do Amorcomtur! Grupo de Estudos e Produção em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autoipoiese (CNPq-UCS) e integrante do Filocom (ECA/USP); e-mail: malu@pazza.com.br

como os questionamentos aos pressupostos da Ciência Clássica. Além disso, meus estudos se valem de autores clássicos de Teoria da Comunicação e do Turismo, mas é importante destacar que a abordagem apresentada neste texto tem ênfase na Esquizoanálise, perspectiva teórica que possibilita compreender os atravessamentos/agenciamentos inerentes aos processos de subjetivação na sociedade contemporânea, a partir dos engendramentos maquínicos e fluxos incorporais a-significantes. Há, nessa perspectiva, tanto o viés econômico e político, que ajuda a compreender como se desenvolvem e constroem as relações econômicas e de poder, quanto o das Teorias da Significação e da Subjetividade. Dessa abordagem, a referência principal é o autor Felix Guattari (1981, 1987, 1988, 1992, 1995), com suas produções em parceria com Gilles Deleuze (1988) e Suely Ronik (1986). A vinculação à Rede Nacional de Grupos de Pesquisa em Comunicação e ao Grupo de Estudos Filosóficos em Comunicação (Filocom), da ECA/USP, também orienta a discussão para a noção de acontecimento comunicacional e turístico e as novas proposições, em termos de operacionalização da produção investigativa, a partir dos estudos de Ciro Marcondes Filho. (2007, 2010 2013).<sup>1</sup>

## 2. Em busca do sujeito-trama do turismo

Ao longo dos meus estudos, envolvendo as Teorias de Subjetividade, foi ficando cada vez mais clara a diferença da noção de indivíduo, para a de sujeito. O termo indivíduo remete à ideia de unidade, de um ser resultante da divisão do universo, do 'tecido' social, enquanto a noção de sujeito favorece à compreensão dos entrelaçamentos, da complexa teia sistêmica em que esse sujeito está e que, ao mesmo tempo, constitui sendo ele próprio uma teia-trama. Assim, vale destacar que a proposição do conceito sujeito-trama para o Turismo alinha-se aos meus estudos na área da Comunicação Social, em que cunhei o conceito 'comunicação-trama', para representar a complexidade do processo comunicacional. Propus a seguinte definição<sup>2</sup>: Comunicação é interação de sujeitos, através do fluxo de informações entre eles, numa espécie de trama-teia complexa, composta tanto de elementos visíveis quanto invisíveis, corporais e incorporais, significantes e a-significantes, podendo ser ou não mediada por dispositivos tecnológicos, na constituição de algo como um campo de força de encontro de energias, decorrente dos universos de referência de cada sujeito envolvido. Quer dizer, encontro de universos de sujeito, universos subjetivos (Autor(a), 2000: 33-34).

Penso que a concepção ainda é válida, como síntese do meu pensamento sobre o conceito de comunicação, e pode ser associada ao turismo, para retratar a composição de campos subjetivos também nesta área. Com base em estudos da Esquizoanálise e de referencial relativo à Ciência Contemporânea, proponho, mais recentemente, a abordagem a partir da compreensão do processo como algo mais denso, intenso, avassalador, que eu penso chamar de 'encontro de corpos'. Refiro-me, aqui, diretamente, à noção de Corpos sem Órgãos, da Esquizoanálise, com a qual entrei em contato no livro de Guattari (1992) intitulado *Caosmose* e, mais tarde, pude aprofundar a partir de outras leituras do autor e de pesquisas com base nesse referencial. O conceito de "corpo sem órgãos" é proposto em O Anti-Édipo (GUATTARI; DELEUZE, 1996). Interessante a síntese de Ovídio Abreu Filho (1998), comentando o conceito, a partir de análise da sequência de livros de Guattari e Deleuze intitulada Mil Platôs. Pode-se dizer que não se trata do corpo físico, mas do corpo como configuração existencial singular, de singularidade.

Nessa perspectiva do encontro de corpos (Corpos sem Órgãos), tanto na Comunicação quanto no Turismo, parece interessante compreender a intensidade da desterritorialização, na contemporaneidade, no encontro de universos existenciais, a partir do choque de singularizações subjetivas, agenciadas por máquinas abstratas. O termo desterritorialização, também na mesma perspectiva teórica, implica uma saída do território existencial, dessa configuração subjetiva, que pode ser tanto de um sujeito em particular, quanto de um grupo de sujeitos ou de um lugar, mas, sempre, especialmente, de saída de uma condição (território) conhecida, para uma desconhecida, implicando, então, o 'salto no escuro', a ousadia de viajar, soltar-se e enfrentar o inesperado, as incertezas, o devir-viagem. Nesse sentido, Guattari (1992: 162) afirma: "[...] não se poderá mais falar do sujeito em geral e de uma enunciação perfeitamente individuada, mas de componentes parciais e heterogêneos de subjetividade e de Agenciamentos coletivos de enunciação que implicam multiplicidades humanas".

Tem-se, aqui, portanto, no que diz respeito ao Turismo, a associação de que o processo de deslocamento implica em desterritorialização e que isso mobiliza o sujeito e toda uma 'engrenagem subjetiva', desafiando os universos existenciais de referência e produzindo encontros com outros corpos subjetivos, nas suas dimensões humanas e não humanas. As relações, já se tem bem claro na contemporaneidade, se dão no entrelaçamento de seres, substâncias e matérias, das mais diferenciadas conformações, configurações.

Nos processos interacionais, há universos complexos interagindo e entrelaçando-se, o que desafia a compreensão e as ações práticas no mundo vivido.

Diante dessa percepção, evidencia-se a necessidade de conhecer os pressupostos da construção de dispositivos afetivos interacionais, que são agenciados em processos de Turismo. Destaco, nesse sentido, a importância de mobilização de elementos que constituem o que eu venho chamando de os substratos inscriacionais de afetivação, que inscrevem, criam e acionam os afetos. Esses elementos são resultantes da interação afetiva de sujeitos (corpos sem órgãos), no sentido de uma interação que ‘toque os seus afetos’ e produza desterritorializações, de tal forma a fazer o sujeito desacomodar-se do si mesmo ou dos territórios conhecidos, para empreender uma viagem na direção do Outro, ou seja, colocar-se em trânsito dos universos de referência existenciais imanentes nas expressões territorializadas, para os universos incorporais a-significantes de um devir lugar e um devir si mesmo.

Quando ocorre a desterritorialização no Turismo, o sujeito se inscreve, inscreve sua marca no processo, trata-se da viagem que ‘ele’ fez (e não outra pessoa), ao mesmo tempo em que cria um novo lugar, pela sua presença-passageira por ali, gerando fluxos significacionais que podem compor uma ‘pré-visão’, uma ‘pré-disposição’ de outras pessoas para o lugar. Além disso, esse sujeito também aciona devires de significação para o destino turístico que, em certo sentido, não será mais o mesmo, depois de sua passagem. Claro que os sujeitos transitam e vivenciam os lugares, em entrelaçamento com muitos outros sujeitos e que essa mutação, decorrente da passagem subjetiva, pode não ser percebida imediatamente, se pensarmos a ‘cena-passageira’ numa visão reducionista. Há o acionamento de micromutações subjetivas que vão reconfigurando o lugar e o próprio sujeito, como as águas que gotejam nas pedras e as transformam, ao longo do tempo. Assim, ocorre com o ‘encontro de corpos sem órgãos’, também nos platôs (termo usado, aqui, no sentido de plano de intensidade contínua) no turismo.

O processo de desterritorialização desejante do turismo pode ser expresso e realizado de muitas maneiras, mas, vale ressaltar, precisa ser afetivo, agenciado. O deslocamento, a desterritorialização, depende do acionamento de afetivações. Desse modo, a produção do Turismo está relacionada diretamente a processos de desterritorialização, o que implica, na Esquizoanálise, o agenciamento de máquinas desejantes, de subjetividades maquínicas. Bem, aqui, de novo, um conceito que exige uma ‘parada’ para reflexão, para não seguir viagem, neste texto, com uma leitura equivocada. Subjetividade maquínica, maquinismos abstratos, máquinas desejantes são expressões que derivam dos estudos da Esquizoanálise também e cuja compreensão expressa neste texto decorre, especialmente, dos estudos de Guattari, Deleuze e Rolnik. Na matriz de sua compreensão, está a ideia de máquina, nessa perspectiva caosmótica (de caos, osmose no cosmo), alinhada, por sua vez, aos pressupostos da Ciência Contemporânea.

Então, vamos adiante. A máquina aqui não é a máquina mecânica, mas um complexo engendramento maquínico, formado não só pelo encadeamento de peças em mecanismos repetitivos, mas em engendramentos materiais, concretos e também abstratos. A máquina, não é uma coisa, mas um sistema de produção. Como sistema de produção, ela engendra novas realidades, devires existenciais de produtos, serviços, seres. A matriz ‘sistema de produção’ relacionada a diversas instâncias do mundo da vida é que nos interessa aqui. Um hotel, por exemplo, é uma máquina abstrata, um destino turístico, em sentido amplo, também. Ambos, com suas configurações muitas e dispositivos de acionamento de seu sistema de produção, formam uma configuração existencial, com a qual os sujeitos entram em contato em suas viagens, em suas desterritorializações desejantes. Os sujeitos, por sua vez, também são constituídos como uma trama existencial maquínica, porque também são sistemas de produção de vida, configuração existencial única, como me referi anteriormente. Daí a noção de máquinas abstratas, de subjetividade maquínica. Nesse momento, vale a explicação de Guattari apresentada no livro *Cartografias do Desejo*, que publicou juntamente com Rolnik (1986:320):

Máquina (maquínico): distinguimos aqui a máquina da mecânica. A mecânica é relativamente fechada sobre si mesma: ela só mantém com o exterior relações perfeitamente codificadas. As máquinas, consideradas em suas evoluções históricas, constituem, ao contrário, um phylum comparável ao das espécies vivas. Elas engendram-se umas às outras, selecionam-se, eliminam-se, fazendo aparcer novas linhas de potencialidades. As máquinas, no sentido lato (isto é, não só as máquinas técnicas, mas também as máquinas teóricas, sociais, estéticas, etc.), nunca funcionam isoladamente, mas por agregação ou por agenciamento. Uma máquina técnica, por exemplo, numa usina, está em interação com uma máquina social, uma máquina de formação, uma máquina de pesquisa, uma máquina comercial, etc

Assim, a perspectiva esquizoanalítica considera o sujeito ‘em situação e em produção’, em sua complexidade e múltiplos agenciamentos/atravesamentos, com uma subjetividade decorrente igual-

mente de processos de produção. Guattari fala de uma subjetividade maquínica, produzida através de dispositivos múltiplos de subjetivação, dispositivos maquínicos agenciados em um contexto de ordem capitalística. Neste contexto, os meios de comunicação agem como equipamentos coletivos de produção de subjetividades, que interagem com outros dispositivos, compondo universos de referência significantes e a-significantes.

A Esquizoanálise considera uma lógica produtiva, de maquinismos abstratos e concretos, em que o sujeito está atravessado/tranversalizado por múltiplos sistemas maquínicos que o constituem. Esses sistemas são fatores/equipamentos coletivos de produção de subjetividade, assim como Guattari (1992) define os meios sociotécnicos e, entre eles, os de Comunicação Social. As relações intersubjetivas e interpersonológicas ocupam uma posição de destaque, mas há que se considerar também a existência de múltiplas relações. “Sistemas de entidades abstratas (maquinismo abstrato), ladainhas musicais [...] traços de rostidade que não pertencem propriamente às identificações humanas, traços de animalidade, de paisageneidades, sistemas maquínicos, econômicos dos mais diversos”. (Guattari, 1987:169)

A subjetividade é produzida por instâncias individuais, coletivas e institucionais. Subjetividade considerada sob o ângulo da sua produção, sem que isso signifique a retomada da dicotomia determinista infraestrutura material versus superestrutura ideológica. “Os diferentes registros semióticos que concorrem para engendrar a subjetividade não conservam relações hierárquicas obrigatórias, fixadas de uma vez por todas”. (Guattari, 1990:3)

Nesse sentido, é possível pensar o sujeito-trama do turismo, como campo de forças. O encontro dessas forças não é sistematizável hierarquicamente em eixos cartesianos, o que possibilitaria uma espécie de decupagem das forças de composição para saber suas funções. Longe disso, compreender o sujeito passa por enveredar-se por uma trama de atravessamentos, uma espécie de nó conflitual – campo de forças, sem que exista um fio que possa representar o início da teia da vida desse ser. Todos os fios o constituem na sua existência trama. O desafio é compreendê-lo na sua singularidade, na sua condição de sujeito-trama, no seu emaranhado do ‘si mesmo’.

O sujeito contemporâneo do turismo é, então, resultante de uma trama subjetiva complexa em constante processo de desterritorialização. Por isso, também o turismo é tão importante para o sujeito e sua compreensão, assim como a perspectiva da produção subjetiva é significativa para compreender os processos do turismo, como desterritorialização desejante. Essa desterritorialização tem a potência de gerar o acontecimento, em si, justamente porque o sujeito se despreza do ‘si mesmo’, das amarras territorializadas dos maquinismos de subjetivação dos seus territórios existenciais. Para o encontro-acontecimento turístico, há que se ‘pôr na estrada’, em direção ao Outro. Por isso mesmo, na desterritorialização desejante do turismo, o sujeito se reinventa.

O agenciamento das máquinas abstratas passa, por sua vez, pelo engendramento de um complexo sistema maquínico, constituído por múltiplos componentes, como vem sendo comentado neste texto. Segundo Guattari, são:

- componentes materiais e energéticos;
- componentes semióticos diagramáticos e algorítmicos (planos, fórmulas, equações, cálculos que participam da fabricação da máquina);
- componentes sociais, relativos à pesquisa, à formação, à organização do trabalho, à ergonomia, à circulação e à distribuição de bens e serviços produzidos...
- componentes de órgão, de influxo, de humor do corpo humano;
- informações e representações mentais individuais e coletivas;
- investimentos de “máquinas desejantes” produzindo uma subjetividade adjacente a esses componentes;
- máquinas abstratas se instaurando transversalmente aos níveis maquínicos materiais, cognitivos, afetivos, sociais, anteriormente considerados.

Percebe-se, portanto, que a compreensão da trama subjetiva que se desterritorializa em processos de turismo implica uma abordagem múltipla, sensível e dedicada, ao mesmo tempo que respeitosa e ‘amorosa’, sentido de ética da relação, de uma certa devoção para com o que se está estudando. Não é possível simplificar ou simplesmente enumerar itens de uma estrutura mecânica que constituiriam supostamente uma lista de características. É preciso avançar no sentido do aprofundamento da discussão, compondo saberes e, ao mesmo tempo, narrativas que possam ir ‘contando’ os nossos encontros, no que eu chamo de ‘viagens investigativas’, as nossas pesquisas. Por isso, a partir desse ponto, comento um pouco alguns objetos empíricos que estão sendo estudados na Universidade de São Paulo.

### 3. Trilhas sinalizadoras para a abordagem subjetiva do turismo

Sigo este texto, com a intenção de sinalizar algumas trilhas para a abordagem subjetiva do Turismo, nas pesquisas. Compreendida a trama subjetiva em que estão os sujeitos, pode-se avançar para pensar como investigar, como produzir pesquisa, envolvendo esses 'sujeitos em movimento', em sentido amplo. Então, primeiro, vale refletir sobre o processo de desterritorialização desejante. Desterritorialização, como já foi salientado, é sair do território. Para que isso aconteça, é preciso o acionamento dos afetos, aspecto também já mencionado. Isso se faz com o acionamento do desejo, o que implica no agenciamento de uma matriz de força mobilizadora, que também pode ser denominada de agenciamento de potência, de potencialização. O sujeito só se põe em movimento se uma força geradora o impulsiona. Esta força é constituída de feixes abstratos que constituem o desejo, em busca da experiência prazerosa da potência do devir. O movimento, o deslocamento, a desterritorialização decorrem da ação dessa força desejante. Existem, evidentemente, variações muitas nas substâncias e matérias que constituem essa força, mas, ao final, ao se conseguir produzir a 'viagem', a desterritorialização, vive-se uma condição de realização, de um estar em outra condição, em outro território. Em certo sentido, mesmo que seja uma desterritorialização por motivos de trabalho ou, até, em função de uma situação mais dramática, para acompanhar um funeral de alguém conhecido, o processo é, por si só, autopoietico, no sentido de que põe em movimento engrenagens de mutação em nós. Tudo tende a se movimentar em nós também, ao mesmo tempo em que nossa presença altera o ecossistema turístico dos destinos para os quais nos direcionamos.

Então, ao pesquisar sujeitos do turismo, precisamos compreender que sua condição de turistas ou apenas de sujeitos envolvidos com o ecossistema do turismo (como a comunidade que recebe os turistas, por exemplo) decorre da dimensão trama que os constitui e da ação de forças mobilizadoras desejantes que os desterritorializaram ou os fizeram encontrar com seres que viveram o processo de desterritorialização. Trata-se de sujeitos que se deslocaram de seus territórios existenciais e se reterritorializaram, circunstancialmente, por um período, o que os faz sujeitos-passantes, viajantes, por natureza, em condições de reinventar a sua própria vida (já que estão distantes do 'conforto' de seus territórios conhecidos), ao mesmo tempo em que transformam a paisagem por onde transitam.

Assim, a abordagem precisa ser também sensível e paciente, com disposição para encontrar o 'Outro', na sua trama existencial e conhecer os vetores de força e as estruturas dissipativas que o impulsionaram a produzir movimento desterritorializante. Nesse sentido, o pesquisador precisa também construir 'estradas existenciais' de aproximação com esses sujeitos, com suavidade e amorosidade, no sentido dos meus estudos, como ética da relação. Trata-se de uma aproximação que exige paciência e silêncio, serenidade para ir compondo um desenho metodológico, uma 'trilha de caminhos', para se aproximar e entender as mobilizações. Isso não significa 'uma' técnica de coleta, mas, antes de tudo uma sensibilidade para a constituição de uma trama de trilhas, no caminho da informação que apresenta e informa sobre os jeitos, a alma, a matriz trama subjetiva do sujeito pesquisado, assim como as forças que o mobilizam e o fazem produzir investimentos de desejantes, que o levam a se deslocar, a se desterritorializar.

São muitas as possibilidades de recursos para a constituição dessa trama de trilhas, para mim, orientadas na estratégia metodológica que proponho sob a denominação cartografia de saberes, apresentada anteriormente na Revista XXXX (Autora, 2014). O pressuposto, para essa estratégia, é a ideia de que a pesquisa, como investigação, é, também, na verdade, o investimento em uma direção de produção de conhecimento, uma viagem, com o elemento de mutação constante, que é inerente a esse processo. Isso significa que também se constitui, ela mesma, a pesquisa, na desterritorialização desejante do sujeito, em direção a um destino outro, um devir destino do saber. Há, portanto, semelhanças nos processos de desterritorialização e, nesse sentido, o próprio pesquisador é um 'viajante do saber'. Assim, na pesquisa que envolve a subjetividade do turismo, ele, o pesquisador, é o primeiro viajante, o primeiro sujeito a ser investigado. Por isso, na cartografia, proponho uma primeira linha, uma primeira trilha a ser investigada que se relaciona aos saberes pessoais, a partir dos quais se produz texto de resgate de lembranças a respeito da temática, se registra pensamentos e sentimentos cotidianos no diário de campo. Para encontrar com o outro, o sujeito pesquisado, é preciso conhecer o 'um', o sujeito que se põe em campo da pesquisa. No cenário da mutação da ciência contemporânea, já se sabe que o sujeito que pesquisa está presente como autor de um desenho inscricional, como alguém que circunscreve o universo dos fenômenos analisados e, com isso, também se faz presente no saber produzido – inscreve-se, cria e aciona devires. Não há objetividade nesse processo, embora haja, isso sim, cuidado, cautela, critérios, esmero na produção do desenho e na constituição constante de uma ética da produção do conhecimento.

Para isso, é preciso também saber explicitar o 'lugar de onde se fala', de onde se parte para a viagem investigativa, para o encontro com os destinos turísticos e os sujeitos desse destino.

Na segunda trilha da cartografia dos saberes, está o reconhecimento dos saberes teóricos, envolvidos no ecossistema a ser encontrado, nas nuances e nos processos que se engendram no que eu venho chamando de 'chão de fábrica' ou 'usina de saberes' da pesquisa, ou o terreno de onde brotam, florescem os fenômenos a serem analisados. Não é possível, nem recomendável viajar sozinho na pesquisa. Vamos em frente com nossas idiossincrasias, com nossos traços e saberes pessoais, acumulados nas múltiplas situações vividas, mas também precisamos nos aliar a parceiros intelectuais que já fizeram viagens semelhantes. Estes são também sujeitos da pesquisa e, como trama subjetiva, precisam ser compreendidos. Autores e linhas teóricas se entrelaçam como florestas herméticas, centenárias, constituídas ao longo dos tempos. É preciso reconhecer as paisagens teóricas e os sujeitos dessas paisagens, bem como seus entrelaçamentos, para saber quais são mais interessantes e nos afetam mais diretamente, no entrelaçamento sobre nossas tramas subjetivas e nossas buscas. Recomendo, aqui um desenho, produzido a partir de um jogo, quase singelo, que eu chamo de jogo dos balões. Se pesquisar é viajar na floresta, como eu tenho dito, o risco de nos perdermos é sempre muito grande. Então, proponho que o pesquisador desenhe seis balões e escreva nesses balões palavras importantes de sua pesquisa. Depois, sugiro que tente descartar três e entenda que as palavras que sobram são as grandes trilhas investigativas e diferenciadoras da sua viagem, em relação às viagens realizadas por outros pesquisadores, no grande campo (área) da pesquisa do qual esse pesquisador parte. Para essas seis trilhas, mas especialmente para as três 'finalistas', é preciso ter parceiros teóricos e compreendê-los na sua complexidade teórica existencial. Devemos pensar nesses autores e nos seus pressupostos, como substrato existencial intelectual que levamos 'na bagagem'.

O encontro com os sujeitos outros, da pesquisa, muitos seres com os quais nos deparamos ao longo da viagem investigativa, começa a ser registrado na linha cartográfica que chamei 'laboratório de pesquisa', 'usina de saberes', como campo de produção de aproximações com o fenômeno que está sendo investigado. Assim, já sabemos de onde viemos (ou estamos empenhados nisso), reconhecemos a trama das trilhas teóricas (e também estamos percorrendo essas trilhas cuidadosamente)... precisamos, então, de uma aproximação intensa com o ecossistema turístico da investigação, a trama do acontecimento que nos interessa. Nessa trama, é preciso reconhecer quem são os sujeitos que podemos encontrar para conhecer e reconhecer nosso 'objeto paixão-pesquisa', para usar uma expressão que cunhei há 25 anos, para denominar o envolvimento intenso do pesquisador com o fenômeno investigado.

Após esse reconhecimento, abrem-se as possibilidades de constituição da trama de dispositivos de aproximação: escuta sensível, observação sistemática, diário de campo, entrevista, rodas de conversa, grupos de discussão, atividades com fotografias, registros sonoros, de falas, de músicas, de sons do lugar, análise de documentos e materiais, relacionados a esses sujeitos. Cada uma dessas trilhas envolve, antes de tudo, a tal sensibilidade a que me referi, para saber que não se trata exatamente de uma 'técnica de coleta', unilateral, mas de dispositivos de aproximação e entrelaçamento. O caminho, o processo, a brotação decorrente desse entrelaçamento humano e entre seres que pulsam ou entre humanos e materialidades precisa sempre ser cuidadoso, respeitoso, reconhecendo a complexidade desses campos subjetivos e, nesse sentido, a dimensão grandiosa do exercício de relato, buscando apresentar os liames, a trama do entrelaçamento.

A escuta sensível é um pressuposto para a pesquisa com sujeitos-trama. É preciso sensibilidade e disposição de escuta, em sentido amplo, captando os mais diversos sinais, provenientes desses sujeitos e a respeito deles. Fundamental, nesse sentido, não pré-julgar, não tentar prever as informações. O pesquisador, então, precisa se dispor ao encontro sensível, 'de peito aberto', para aceitar a aproximação com o diferente, respeitando-o e investindo na convivência, que, no caso da pesquisa, permita o conhecimento mútuo e intenso. Depois, também precisa transpor essa escuta sensível para uma narrativa também cuidadosa, amorosa, ética, produzida com esmero, para oferecer o relato do conhecimento e, ao mesmo tempo, bem tratar o receptor.

Sobre a observação sistemática, o pesquisador vai encontrar alguns referenciais bibliográficos que explicam como deve ser realizada. Há, no entanto, discordâncias entre alguns autores. Basicamente, há discussão sobre o planejamento ou não da observação. Numa perspectiva da ciência clássica, o pesquisador deveria realizar a observação de maneira objetiva e seguindo um planejamento prévio. Na visão contemporânea, a qual eu me vinculo, pode-se pensar em mais de um momento de observação. Na fase que eu chamo de laboratório de pesquisa, momento preliminar da usina de saberes (antiga coleta de dados, propriamente dita), o pesquisador observa o fenômeno, na sua existência espontânea, sem ter definido rigidamente aspectos a serem observados. Vai a campo para 'se lambuzar' de realidade e observar e sistematizar o que observou. Isso significa produzir registros sobre o que 'brotou', o que emergiu do campo, o que veio à tona, nessa espécie de redemoinho, ou recursão organizacional, para

lembrar Morin. Então, em síntese, em um primeiro momento, o pesquisador observa e registra, anota, procurando observar o que se sobressai. A partir daí, pode eleger aspectos que se sobressaem para serem analisados, em um segundo momento. Vale destacar, portanto, que o que vai ser analisado, efetivamente, também brota do campo, do fenômeno em si, a partir de uma primeira observação.

O diário de campo é o 'lugar' de produção dos registros todos da cartografia, especialmente relativo aos saberes pessoais e ao laboratório de pesquisa e produção da investigação no 'campo', propriamente dito. Material fundamental do pesquisador, vai sendo composto, ao longo da viagem investigativa, como um 'diário de bordo', em que o pesquisador vai escrevendo o que interessa registrar, como diário de pesquisa. Trata-se de um recurso importante, que valoriza o caráter processual da investigação, já que o pesquisador vai inscrevendo os acontecimentos, no momento (ou o mais próximo possível) em que eles ocorrem. Isso possibilita valorizar a sequência de pensamentos, ideias, sensações do próprio pesquisador e também a emergência de informações dos pesquisados, que ocorrem de forma aleatória, de diversas maneiras, não apenas a partir dos recursos um pouco mais formais de pesquisa.

A entrevista é um recurso que precisa ser reconhecido e valorizado. Condição ímpar, em que pesquisador e pesquisado ficam 'entre-vistas', frente a frente ou se predispõem mutuamente para uma conversa. Fluxos de informações, com certo planejamento do pesquisador, mas com imensa abertura para a adequação, conforme ocorre a interação. Há variações, conforme o planejamento, da entrevista livre narrativa, em que existe uma temática e o pesquisador é convidado a falar a respeito, livremente, à entrevista estruturada, com um roteiro sistematizado de questões, que são feitas para todos os entrevistados, envolvidos na pesquisa. Há muitos referenciais que abordam a entrevista como recurso metodológico, como possibilidade na pesquisa contemporânea, no viés qualitativo (Medina, Flick). Ressalto o fato de que se trata de um encontro humano de corpos (sem órgãos), ou seja, universos de referência existenciais diferentes. O pesquisador precisa, portanto, se preparar para isso, com o máximo possível de informações prévias sobre o sujeito que vai ser entrevistado e, ao mesmo tempo, tem que ter abertura para viver o inusitado. A entrevista é o recurso qualitativo de aproximação individual com o pesquisado, numa sequência que começa com o questionário, seguido do formulário. No questionário, o pesquisador oferece uma série de questões para serem respondidas diretamente pelo pesquisado. No formulário, o pesquisador formula (ele fala) as questões e faz o registro das respostas (é o pesquisador quem anota, quem registra). A entrevista, portanto, estreita os laços, aproxima pesquisador-pesquisado.

Há outro bloco de recursos metodológicos de interação com sujeitos da pesquisa. Neste caso, de aproximação com grupos de sujeitos. Na sequência, da pesquisa clássica para a contemporânea, de maior para menor rigidez e tentativa de controle, tem-se: grupo focal, grupo de discussão, entrevista em grupo (Flick, 2004) e rodas de conversa. Ressalto, aqui, especialmente, a produção de rodas de conversa, como um encontro em círculo, espontâneo, que tem o mérito de produções não planejadas, de fluxos significacionais, a conversa, o 'verso com', o instante partilhado, enquanto se elaboram discursos, fluxos informacionais, de querer dizer, de expressar o que queremos dizer, em meio a outros sujeitos. As rodas de conversa têm a marca da espontaneidade e o mérito da emergência conteúdos de dimensões mais sutis. O rumo da conversa muitas vezes, na maioria dos casos, surpreende os envolvidos e, para os sujeitos mais atentos, constitui-se entrelaçamento de existências e de temáticas. A impressão que se tem é que o próprio universo vai tecendo as informações, para que elas façam sentido no entrelaçamento dos sujeitos envolvidos.

As atividades com fotografias são igualmente interessantes para a pesquisa envolvendo sujeitos-trama do turismo. Há muitas possibilidades, desde o registro feito pelo pesquisador, que fotografa os sujeitos da pesquisa nos destinos turísticos ou com seus objetos de viagem, dependendo do objetivos da pesquisa. De sujeito na foto, o pesquisado pode passar a ser autor da foto, registrando, ele mesmo, o que o interessa nos destinos turísticos, nos ambientes pesquisados, o que possibilita informações sobre o que o seu olhar valoriza, a ponto de selecionar, no enquadramento fotográfico, os focos de seu interesse, do que o mobiliza, o afetiva, toca seus afetos. (Joly, 1996)

Igualmente, os registros sonoros, de falas, de músicas, de sons do lugar, dos sujeitos envolvidos são pistas interessantes na composição cartográfica de informações dos sujeitos da pesquisa. Os sons são elementos de comunicação relacionados diretamente à respiração e à pulsação do próprio corpo dos sujeitos e da natureza que o rodeia. Assim, observar e registrar manifestações sonoras é interessante, como informação sobre o que faz vibrar esses sujeitos e em que direção. Esses registros podem ser descritos no diário de campo ou feitos com a ajuda de recursos tecnológicos como gravadores e, posteriormente, serem descritos e analisados. Em alguns casos especiais, as canções ou sons podem ser entregues como apêndices ou anexos da pesquisa, como dado complementar que informa ativamente sobre a pulsação dos pesquisados.

A análise de documentos e materiais, relacionados a esses sujeitos, também se constitui em recurso interessante para a viagem nessa trama de trilhas da pesquisa em turismo. Em todos os casos, a opção pelos recursos depende da combinação entre os objetivos da pesquisa e os sujeitos selecionados. Daí, nessa confluência, definem-se que documentos analisar e o que buscar nesses documentos (dados pessoais, registros de viagens, etc). No caso dos materiais, as opções também são muitas, desde impressos guardados de viagens, folders, ingressos de museus, teatros, parques, até objetos trazidos das experiências turísticas realizadas ou, mesmo, coleções de guardados, que sinalizam a mobilização desejante no sentido de viajar para determinados lugares turísticos.

#### 4. Considerações finais

Sujeitos-trama caosmótica, em processos de desterritorialização, constituem desafios para compreender o turismo na contemporaneidade. A complexidade da trama se faz de muitos fios, visíveis e invisíveis, constituídos no ecossistema mais amplo de produção de vida, orientado pela lógica do Capitalismo Mundial Integrado, de que nos falam os autores da Esquizoanálise, ou do capitalismo por espoliação, para lembrar a enunciação de Harvey. São fluxos e fixos que constituem uma engrenagem maquinica, de maquinismos concretos e abstratos que vão configurando os sujeitos na contemporaneidade. Esses sujeitos, até mesmo por uma questão de sobrevivência, vão se desterritorializando em busca de novas buscas e compondo novos territórios existenciais. Assim, mesclam, misturam-se constituindo novas configurações existenciais de platôs de sujeitos, nos mais diversos destinos turísticos.

Essas configurações subjetivas caosmóticas contemporâneas desafiam os pesquisadores ao desenvolvimento e às práticas metodológicas, envolvendo os sujeitos. Nesse sentido, o texto apresentou algumas pistas, em termos de modos de aproximação e produção de conhecimento com sujeitos-trama de turismo. Esses dispositivos partem da escuta sensível, passando pela observação sistemática, diário de campo, entrevista, rodas de conversa, grupos de discussão, atividades com fotografias, registros sonoros, de falas, de músicas, de sons do lugar, análise de documentos e materiais, relacionados a esses sujeitos. Em todos os casos, são sinalizados cuidados e potenciais específicos, que convidam à reflexão e produção de uma Ciência mais amorosa, pautada pela ética da relação e do cuidado com o Outro, o sujeito do turismo.

Todos os dispositivos apresentados são pensados como ações decorrentes da Cartografia dos Saberes, nos seus quatro liames, nas suas quatro trilhas, que iniciam com a investigação do próprio sujeito pesquisador. Assim, saberes pessoais, saberes teóricos, usina de saberes e brotações são trilhas em que o sujeito pesquisador se embrenha, para a produção do conhecimento. Trilhas, a partir das quais o sujeito pesquisador do turismo também encontra outros sujeitos, os autores, os turistas, a comunidade, os produtores do turismo. Assim, tem-se a ideia de estar avançando na viagem investigativa e propondo novas inscrições subjetivas amorosas e autopoieticas na pesquisa em Turismo.

#### Bibliografia

- Abreu Filho, O.  
1998. Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia. *Mana*, v. 4, n. 2, p. 143-146, Resenha. *Mana*, Rio de Janeiro, 4(2), out. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-93131998000200008>. Acesso em: 16 mar. 2014
- Capra, F.  
1990. *O Tao da Física. Um Paralelo entre a Física Moderna e o Misticismo Oriental*. 11. ed. São Paulo: Cultrix.
- \_\_\_\_\_. 1997. *A Teia da Vida. Uma Nova Compreensão dos Sistemas Vivos*. 9. ed. São Paulo: Cultrix.
- Idem. 1991. *O Ponto de Mutação. A Ciência, a Sociedade e a Cultura Emergente*. 12 ed. São Paulo: Cultrix.
- \_\_\_\_\_. 1997. *A Teia da Vida. Uma Nova Compreensão dos Sistemas Vivos*. 9. ed. São Paulo: Cultrix.
- Crema, R.  
1989. *Introdução à Visão Holística. Breve Relato de Viagem do Velho ao Novo Paradigma*. São Paulo: Summus.
- Deleuze, G.  
1988. *Diferença e repetição*. Rio de Janeiro: Graal.
- \_\_\_\_\_; Guattari, F. 1996. *O Anti-Édipo: capitalismo e esquizofrenia*. Rio de Janeiro: Imago.
- Flick, U.  
2004. *Introdução à pesquisa qualitativa*. São Paulo: Bookman.



Guattari, F.

1981. *As três ecologias*. 3 ed. Campinas: Papirus.

\_\_\_\_\_. 1987. *Revolução molecular. Pulsações Políticas do Desejo*. 3. ed. São Paulo: Brasiliense.

\_\_\_\_\_. 1988. *O inconsciente maquínico*. Campinas: Papirus.

\_\_\_\_\_. 1990. *Linguagem, consciência e sociedade*. In: lancetti, Antonio. *Saúde Loucura*, número 2. 3 ed. São Paulo: Hucitec.

\_\_\_\_\_. 1990. *Caosmose. Um Novo Paradigma Ético-Estético*. Rio de Janeiro: Ed. 34.

\_\_\_\_\_. 1995. *Mil Platôs. Capitalismo e Esquizofrenia*. v. 1. Rio de Janeiro: Ed. 34.

Guattari, F; Rolnik, S.

1986. *Micropolítica: Cartografias do desejo*. 2. ed. Petrópolis: Vozes.

Harvey, D.

2005. *O novo imperialismo*. 2ed. São Paulo: Loyola.

\_\_\_\_\_. *O Neoliberalismo, história e implicações*. São Paulo: Loyola.

Joly, M.

2012. *Introdução a uma análise da Imagem*. Campinas: Papirus, 1996.

Marcondes Filho, C. Martinez-Alier, J.

2007. *O ecologismo dos pobres*. São Paulo: Contexto.

\_\_\_\_\_. 2010. *O Princípio da Razão Durante. O conceito de comunicação e a epistemologia metapórica*. Nova Teoria da Comunicação III. Tomo V. São Paulo: Paulus.

\_\_\_\_\_. 2013. *O Projeto “Nova Teoria da Comunicação” e Suas Aplicações na Pesquisa Comunicacional Atual*. São Paulo. Cópia.

Maturana, H.

1998. *Emoções e linguagem na educação e na política*. Belo Horizonte: UFMG.

Morin, E.

1986. *Para sair do século XX*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

\_\_\_\_\_. 1991. *Introdução ao pensamento complexo*. São Paulo: Instituto Piaget.

\_\_\_\_\_. 1993. *O pensamento em ruínas*. In: \_\_\_\_\_. *A decadência do futuro e a construção do presente*. Florianópolis: UFSC.

\_\_\_\_\_. 1998. *O método 4. As idéias, habitat, vida, costumes, organização*. Porto Alegre: Sulina.

\_\_\_\_\_. 2003. *Amor, poesia e sabedoria*. 6 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

\_\_\_\_\_. 2013. *Ciência com Consciência*. 15. ed., Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

Santos, Boaventura S.

1988. *Um discurso sobre as ciências*. 2. ed., Porto: Afrontamento.

\_\_\_\_\_. 1989. *Introdução a uma Ciência Pós-Moderna*. Rio de Janeiro: Graal.

## Notas

<sup>1</sup> Nem todas essas obras estão citadas diretamente, mas tenho claro que a produção do texto traz transversalidades decorrentes da reflexão, a partir dos saberes compartilhados por esses autores. São imanências reflexivas inscritas no texto. Por fidelidade aos parceiros teóricos, opto por mencioná-los, embora não me detenha em repetir suas palavras, já que a produção inscrita aqui é um texto meu, produzido com base em uma costura de saberes e vivências, que resultam nas minhas próprias proposições. Para a discussão apresentada neste artigo, estão mais visíveis – citados explicitamente - autores cujas marcas são mais fortes.

<sup>2</sup> O conceito está apresentado no artigo “Comunicação, amorosidade e autopoiese”, um dos textos-síntese dos pressupostos teóricos com os quais trabalho, mas também está desenvolvido na minha tese de doutoramento, defendida na Universidade XXXX.

*Recibido:* 30/11/2015

*Reenviado:* 04/06/2016

*Aceptado:* 06/06/2016

*Sometido a evaluación por pares anónimos*

# GOVERNANÇA E TURISMO

Eds.

Agustín Santana Talavera  
Eduardo Cordeiro Gonçalves  
Xerado Pereiro Pérez

CADERNOS DE TURISMO 03



# Conocimientos tácitos, transversalidad turística y desarrollo local. El ejemplo de una ciudad desolada y en proceso de reconversión: Lorca (Región de Murcia, España)<sup>1</sup>

**Ramón García Marín\***  
**José Luis Andrés Sarasa\***  
**Cayetano Espejo Marín\***  
Universidad de Murcia (España)

---

**Resumen:** La ciudad de Lorca (Región de Murcia, España) sufrió cuantiosos daños el pasado 11 de mayo de 2011, cuando dos terremotos afectaron a esa localidad ocasionando 8 víctimas mortales, cientos de heridos e innumerables daños materiales. Desde entonces se han emprendido numerosos proyectos de rehabilitación urbana y patrimonial. En 2014, el Grupo de Investigación “Dinámicas Territoriales, Análisis y Ordenación”, de la Universidad de Murcia, consigue financiación de la Fundación Séneca (Agencia de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia) para desarrollar el Proyecto de Investigación “El turismo cultural en la revitalización del patrimonio histórico de Lorca: actores y estrategias”. Conscientes de que la rehabilitación exige una revitalización en paralelo, capaz de originar una positiva y completa gentrificación, se plantea el análisis de las relaciones e interdependencias entre turismo, patrimonio, ciudades históricas y desarrollo local.

**Palabras Clave:** Revitalización territorial; Turismo cultural; Conocimientos tácitos; Desarrollo local.

---

**Tacit knowledges, mainstreaming touristic and local development. The example of a desolate city and in restructuring process: Lorca (Murcia Region, Spain)**

**Abstract:** The town of Lorca (Murcia, Spain) was badly damaged last May 11, 2011, when two earthquakes hit the city causing eight deaths, hundreds of injuries and countless material damage. Since then numerous projects of urban rehabilitation and of heritage have been undertaken. In 2014, the Research Group “Territorial Dynamics, Analysis and Management”, of the University of Murcia, gets funding from the Seneca Foundation (Agency for Science and Technology in the Region of Murcia) to develop the research project “Cultural tourism in the revitalization of the historical heritage of Lorca: actors and strategies”. We are aware that rehabilitation requires a revitalization in parallel, capable of causing a positive and complete gentrification, and therefore we propose the analysis of the relationships and interdependencies between tourism, heritage, historic towns and local development.

**Keywords:** Territorial revitalization; Cultural tourism; Tacit knowledge; Local development.

---

## 1. Introducción, objetivo y método

La ciudad de Lorca, localizada en el cuadrante Sureste de España, está abocada, tras los desgraciados acontecimientos de los terremotos de 2011, a emprender un proceso de desarrollo basado en sus especificidades históricas y culturales. La situación en la que hoy está la ciudad, cinco años después de las desgracias ocasionadas por los seísmos, aconsejan inculcar en el ambiente urbano de Lorca que el desarrollo local no puede entenderse como un procedimiento dependiente de las decisiones políticas que

---

\* Departamento de Geografía, Universidad de Murcia, Campus La Merced, 30001 Murcia; E-mail: ramongm@um.es; jlandres@um.es; cespejo@um.es.

en cada momento convenga difundir, sino que debe ser asumido como un proceso que debe sustentarse en experiencias locales sólidas, y para ello nada mejor que otorgar prioridad a la cultura local, entendida como el saber hacer de las personas en su vida cotidiana (Abdelmalki y Courlet, 1996).

Está fuera de toda duda que la ciudad de Lorca (Figuras 1 y 2) disfruta de una posición privilegiada para alcanzar el desarrollo integrado anhelado, está dotada de un conjunto de factores –históricos, culturales y sociales– que se encuentran en la base de los modelos específicos de organización de la producción y de la continua interacción entre esfera social y esfera económica (Abric, 2000). Sin embargo, esta posición de privilegio le obliga a buscar un modelo de desarrollo endógeno que se fundamente en la utilización de sus recursos locales, teniendo en cuenta que el principal y primer recurso es su población (Alvergne y Taulelle, 2002). Por esta razón, resulta necesario averiguar los conocimientos tácitos de su capital humano respecto del desarrollo del medio en el que desenvuelven su vida cotidiana.

Se afirma que estamos en transición hacia una economía y una sociedad basadas en la producción, circulación y consumo de conocimientos e información. Si el desarrollo es un proceso macrosocial que puede impulsarse, facilitarse, o promoverse conscientemente por actores colectivos, en base precisamente al conocimiento de las posibilidades alternativas de desarrollo, una cuestión importante a diagnosticar es qué consecuencias tienen las reestructuraciones tecno-económicas, políticas y sociales sobre la distribución y valoración de saberes y capacidades de acción autónoma para tal objetivo. En particular, al propiciarse el desarrollo desde ámbitos locales, cabe preguntarse qué está pasando con los saberes, las tradiciones, los conocimientos, y en general con las capacidades de los agentes locales y externos, públicos, sociales y privados, para sostener y conducir su propio desarrollo (Coraggio, 2000).

En una sociedad del conocimiento y la información se agudiza la diferencia entre el saber codificado, transmisible por modernos métodos sofisticados de comunicación, y los no menos eficaces saberes “tácitos”, que se transmiten en otros tiempos y por otras vías, principalmente la del hacer juntos. También son evidentes los diversos ritmos de cambio del conocimiento: mientras el conocimiento científico o, más en general, el conocimiento formalizado, sufre modificaciones fuertes en plazos cortos, el conocimiento tácito, el de las tradiciones, el decantado por las prácticas cotidianas, sufre cambios incrementales y en plazos más largos. Tal y como indica Poma (2000), el conocimiento tácito es asimismo difícil de transmitir rápidamente a otros. Y de acuerdo con Yoguel (2000), resulta necesario llevar a cabo, entre otros aspectos: i) la revalorización social de los procesos de aprendizaje y educación; ii) la creación de agentes intermediarios, que actúen como transmisores-traductores entre las diversas partes del sistema, que catalicen los procesos de aprendizaje de los agentes y que contribuyan a la creación del mercado; iii) el desarrollo de medios locales generadores de economías externas; iv) la evolución desde las ventajas competitivas individuales a las ventajas competitivas de sistemas de empresas y sistemas locales, y v) el establecimiento de un vínculo eficaz entre la universidad y la empresa que potencie los procesos de aprendizaje codificado y tácito.

El intento de descubrir los conocimientos tácitos del capital humano de Lorca se justifica porque su futuro depende de una combinación y coordinación entre políticas públicas y actuaciones de actores privados, de reglas implícitas de comportamiento, de representaciones colectivas compartidas respecto del futuro de la ciudad, de valores culturales. Esta combinación define un marco cognitivo en el seno del cual se realizan fenómenos de aprendizaje colectivo que se apoyan sobre la valorización de saberes locales, la circulación de información sobre las tecnologías y los mercados, la división de los conocimientos tácitos y el desarrollo de redes de cooperación.

El objetivo básico de este trabajo es la valoración de los saberes locales por medio de entrevistas específicas que revelen las actitudes y las aptitudes de los recursos humanos de la ciudad, sin olvidar sus determinantes sociales, culturales y políticos ante la necesidad de un desarrollo integrado en un contexto de globalización. El inventario de los distintos saberes se obtiene con la investigación de los conocimientos tácitos y la realidad que los circunda. Entendemos por conocimientos tácitos todos aquellos que de alguna manera constituyen el patrimonio genético del individuo, es decir, los conocimientos que han adquirido por su propia experiencia y que son transmitidos por contacto entre las gentes de la ciudad hasta llegar a constituir el patrimonio cultural, el vínculo social de la ciudad (Di Meo y Buléon, 2005).

El problema de una investigación de esta naturaleza radica en que los conocimientos que deseamos poner en valor no están codificados, tan sólo pueden ser descubiertos con la participación de quienes los poseen, de los depositarios de este patrimonio cultural. La metodología para descifrarlos es muy simple: entrar en contacto directo con las personas que los detentan, tanto para darlos a conocer como para incorporarlos a un proceso de desarrollo. Todos los interlocutores son gentes de diferente estrato social, económico, cultural y político, pero con un hilo conductor que los cohesionan, todos están muy preocupados por el futuro de la ciudad de Lorca, a la que se encuentran ligados por profundos lazos que no desean cortar en ningún momento.

Para alcanzar los objetivos propuestos, en primer lugar se propone reflexionar con los ciudadanos acerca de la trascendencia de los saberes locales para activar y transformar la economía local. En segundo lugar, se analiza la capacidad de los saberes locales de Lorca para alcanzar el desarrollo que la ciudad necesita. Por último, con la finalidad de justificar y dar valor a esta investigación, conviene recordar que si los recursos específicos definen el territorio como una creación colectiva, y dentro de los recursos específicos los recursos humanos son determinantes, queda claro que la fuente de esta investigación la constituyan el conjunto de personas que habitan la ciudad. Personas que transmiten sus aptitudes y actitudes a través del conocimiento que tienen de su historia, su cultura, su identidad, su sociedad en conjunto. Únicamente así puede intentarse el desarrollo local que en la actualidad precisa la ciudad de Lorca, un desarrollo que debe ser entendido como un proceso de movilización y de valorización de los propios recursos (Garafoli, 1991; Andrés Sarasa, 2000 a). La aproximación teórica que justifica esta investigación está basada en el concepto de cultura, definida como indicador de pertenencia a una sociedad, en este caso la lorquina, de dilatada historia en el espacio común mediterráneo (Sala Vallejo, 1998; Jiménez Alcázar, 1999).

### **Figura 1: Imagen de la ciudad de Lorca**

La situación y el emplazamiento de Lorca en el corredor mediterráneo ha sido clave en su devenir histórico y en la configuración de una ciudad monumental



**Fuente:** Joaquín David Romera Franco

### **Figura 2. Imagen del Casco Histórico de la ciudad de Lorca.**

Lorca tiene un gran potencial como destino turístico cultural. Su desarrollo pasa inexcusablemente por la recuperación de su Casco Histórico.



**Fuente:** Autores

## 2. Valor y trascendencia de los saberes locales

El valor y la trascendencia de los saberes locales radica en que son los depositarios de la iniciativa local, los impulsores de la pequeña empresa. En este sentido, resulta oportuno recordar las tendencias de la política empresarial auspiciada por la Comisión Europea, publicadas en *Empresa Europea n° 21*, con el título “Construir un futuro mejor para la pequeña empresa”, de cuyo trabajo interesa destacar el párrafo siguiente: “Es imposible sobreestimar la importancia de las pequeñas empresas. Son la columna vertebral de la economía europea, yacimiento de puestos de trabajo, nuevas ideas y conocimientos, además de realizar una valiosa contribución social a las comunidades locales. Desde hace muchos años, la Comisión Europea ha impulsado políticas específicas para crear el entorno adecuado para que dichas empresas prosperen, animando a otros a que sigan el mismo camino. En estos momentos, está actualizando su estrategia y tejiendo un marco único que integre el principio ‘pensar a pequeña escala’ en todas las políticas nacionales de la UE”.

En estas circunstancias, no hay lugar a dudas que analizar la percepción del actual sistema productivo de la ciudad de Lorca se convierte en un valor añadido a la toma de decisiones, más aún cuando el análisis se aborda con el propósito de descubrir las relaciones que existen entre dinámica económica y territorio, relaciones que han de revelar la capacidad endógena de desarrollo para hacer frente al reto con el que se enfrenta actualmente la ciudad: abordar con decisión la reconstrucción con una adecuada planificación (Pecquer, 1989; Merlin, 2002).

El análisis que se propone no está exento de grandes dificultades, porque hoy la situación socioeconómica de la ciudad de Lorca presenta graves desequilibrios estructurales en términos de empleo, de producción, de lazos intersectoriales y de relaciones comerciales con el exterior. La economía de la ciudad está bloqueada entre la debilidad de los recursos y el déficit de infraestructuras y de equipamiento. El retraimiento de la iniciativa local y la falta de apoyo exógeno, en el más amplio sentido del término, se contraponen a la profunda reserva de conocimientos tácitos. Una reserva que es urgente activar y transformar en actividades productivas y rentables. En este sentido, es interesante comprobar que el Reglamento n°1698/2005, cuando hace referencia al aumento de la competitividad, señala cuatro grupos de medidas, las tres primeras vienen a apoyar la necesidad de la investigación que se realiza en este trabajo. El primer grupo lo componen cinco medidas destinadas a fomentar el conocimiento y mejorar el potencial humano, el segundo está compuesto por seis medidas que persiguen la reestructuración y el desarrollo del potencial físico y de fomento de la innovación, y por último, aparecen tres medidas destinadas a mejorar la calidad de la producción.

El objetivo básico de este apartado se dirige, en primer lugar, a descubrir los mecanismos que permiten la evolución del saber hacer de la población hacia una actividad productiva; en segundo lugar, se pretende identificar los factores que deben impulsar el despegue económico de todo quehacer ancestral. Este objetivo implica analizar la estructura de las funciones urbanas a través de un amplio cuestionario configurado en torno a tres ejes fundamentales: la evolución de los conocimientos, el medio social e institucional y la producción en relación con la demanda.

En este caso, y tras el análisis realizado, nos encontramos con una respuesta clara y rotunda: la valoración de los saberes locales permite apuntar una amplia serie de estrategias que pueden ponerse en práctica a través de las experiencias adquiridas de las múltiples expresiones del patrimonio cultural. Sin embargo, con el propósito de ser concretos y facilitar las acciones futuras, entre las múltiples estrategias que deben ponerse en marcha (todas ellas van más allá de la simple dimensión cultural) pueden señalarse las siguientes: apostar por una verdadera planificación de la ciudad; colocar en el principio de todas las acciones la revitalización de los diferentes barrios de la ciudad; creación de empleos y actividades; desarrollo de numerosos sectores productivos ligados al conjunto de saberes locales; actividades vinculadas a la renovación del patrimonio destruido; el impulso dado al desarrollo de estos saberes debe desembocar en políticas turísticas basadas en acercar a los consumidores a los centros de producción; elaborar políticas de apertura de mercados y defensa de la producción artesanal; introducción de industrias ligadas a la información y a la comunicación para la valorización de las actividades relacionadas con los saberes tácitos presentes; generar nuevas capacidades científicas y tecnológicas; creación de una red informatizada de intercambios permanentes entre los actores locales y los mercados; puesta en marcha de un programa de formación.

El trabajo de campo en este apartado se aborda con un doble objetivo:

- a) Descubrir las perspectivas del turismo en base a la puesta en valor de los conocimientos tácitos.
- b) Presentar los conocimientos tácitos como reveladores de la identidad territorial.

### **2.1. Puesta en valor de los conocimientos tácitos y perspectivas del turismo**

La totalidad de los participantes en las entrevistas ha aprovechado todas las oportunidades que ha tenido para remitir al turismo, bien explícita o implícitamente, pero siempre refiriéndose al turismo como una gran potencialidad. Existe el pleno convencimiento de que el futuro de Lorca pasa por el turismo, al mismo tiempo se trasluce que los lorquinos llevan demasiado tiempo con esa idea, pero que se ha llegado a pocas realidades tangibles, no se han dado acciones concretas que lleguen a los ciudadanos.

Las entrevistas ponen de relieve que están ante una potencialidad que no es exclusiva de la ciudad de Lorca, sino que es del conjunto de la Región de Murcia. Una impresión adquirida a través de la prensa y la divulgación de multitud de estudios en los que se presenta al turismo muy bien posicionado para convertirse en locomotora del desarrollo. Del conjunto de respuestas se obtiene la conclusión de que la ciudad de Lorca, como el conjunto de la Región, no tiene futuro fuera del turismo. Todo ello es fruto de que en las políticas regionales el turismo se ha convertido en casi la única potencialidad, todo es objeto de motivación turística y se diseñan líneas estratégicas en las que participan ayuntamientos y particulares.

En todas las respuestas se constata la influencia del discurso del desarrollismo que propugna el Gobierno Regional, con la permisividad del llamado turismo residencial. Un desarrollismo que no pasa de marcar unas líneas estratégicas sustentadas en el fomento de infraestructuras, sin prestar atención a los impactos negativos que originan en el patrimonio. Cualquier fiesta local se fomenta como de interés turístico, un buen ejemplo lo constituye la Semana Santa lorquina (Andrés Sarasa, 2015), así lo aconseja la actuación políticamente correcta, con lo que significa comerciar y uniformizar toda forma de hacer tradicional, toda cultura popular.

El conjunto de las opiniones expresadas en las entrevistas llevan a la conclusión de que los conocimientos tácitos pueden convertirse en un buen reclamo turístico; sin embargo, salvo contadas excepciones, ignoran como puede hacerse, citan los saberes sin más, pero sin conocer la importancia de la transversalidad del turismo. Además, no tienen en cuenta que un desarrollo local apoyado en el turismo no sólo necesita contar con una oferta lo suficientemente competitiva, sino que es preciso tener muy presente las capacidades demográficas en formación que faciliten el desarrollo (Andrés Sarasa, 2000 b). No faltan quienes expresan serias dudas de que estos saberes sean un verdadero complemento turístico, como señala la mayoría.

Las dudas más serias se desprenden en su manifestación acerca de si el turismo puede y debe ser la locomotora del desarrollo; se advierte que la ciudad de Lorca no puede ni debe apostar por el turismo como instrumento revitalizador. No se confía en el turismo como locomotora o instrumento revitalizador de la ciudad, se admite como un magnífico complemento de la actividad industrial que podría derivarse de la innovación de los saberes tradicionales que han de conducir a su pasado industrial.

### **2.2. Los conocimientos tácitos como reveladores de la identidad territorial**

La entrevista se propone como objetivo fundamental revelar la identidad de la ciudad a través de lo que es tangible en la misma, pero que, además, sea de interés para ofrecerlo como valorable a la hora de impulsar un desarrollo a partir del turismo. La conclusión que se obtiene de las propuestas y el reconocimiento de su patrimonio es, cuando menos, ilusionante. Puede afirmarse que se manifiesta una ciudad provista de patrimonio histórico sustentado por sus saberes locales capaz de ser bien valorado, por consiguiente, con expectante capacidad de atracción hacia un potencial turístico.

La gran mayoría evalúa su patrimonio histórico, sustentado en los saberes tradicionales (Cáceres Pla, 1900; Campoy García, 1901) –cerámica, bordados (Figuras 3 y 4), artesanía del esparto, gastronomía, etc.– con verdadera ilusión, pero también con gran preocupación debido al poco aprecio que desde la Administración se tiene; hay una cierta dejadez y una generalizada despreocupación, derivada de la falta de conciencia del sentido que tienen y cuanto representan los saberes tradicionales para definir la verdadera historia de la ciudad. Este cierto abandono no sólo alcanza a los elementos más representativos y que tienen un cierto significado en la historia de la ciudad, sino que se hace extensivo a todos los conocimientos tácitos que definen la identidad territorial.

La percepción generalizada se centra en afirmar que la ciudad de Lorca es depositaria de un acervo cultural muy rico, que no solo la define, sino que además la identifica. Estamos ante una reserva de un saber hacer cultural dinámico, unos saberes marcados por la familiaridad y con cierta distinción en relación con su entorno.

Indiscutiblemente, la ciudad de Lorca es rica en folclore, en expresiones plásticas, en conocimientos tácitos, y en las entrevistas se reclama el esfuerzo de la Administración y la clase política para devolver

al pueblo su valor cultural, un esfuerzo que sea capaz de romper el estancamiento al que estos valores están sometidos durante un largo periodo de tiempo. La paralización de la capacidad expresiva de sus gentes preocupa a todos cuantos participan en la entrevista. Anuncian el riesgo de perder multitud de expresiones culturales que dan personalidad y favorecen la vida cotidiana de la ciudad. Los conocimientos tácitos, expresados a través de la música, sus rezos, bordados, cerámica, trabajo del esparto, gastronomía, elaboración de productos artesanales, hay que contemplarlos como íntimamente relacionados con las influencias culturales emergidas en la propia ciudad.

El saber hacer queda identificado por la tradición, en realizar sus actividades en las instalaciones artesanales, en la valoración de productos que se consumen en el hogar, todo hecho tal y como aprendieron de sus mayores. Se advierte como un cierto resurgir en la sociedad lorquina, y expresan con orgullo tener un estilo de vida propio, con fuerte arraigo en la tradición; su forma de ser la definen distinta a la que se puede descubrir en el resto de ciudades de la Región de Murcia.

Resulta revelador comprobar que en todos los barrios se da una identidad en torno a una rica y variada expresión cultural, fruto de un saber hacer, de una forma particular de ser que aparece en el folklore, los productos locales, la música, la historia mítico-religiosa, y en conjunto conforman un todo capaz de generar un destino turístico de calidad.

### Figura 3: Bordados expuestos en el museo del Paso Blanco

Los bordados en seda son también una característica destacada del patrimonio lorquino. La Semana Santa de Lorca se organiza en torno a seis cofradías, llamadas “Pasos”.



Autora: M<sup>a</sup> Ángeles López de los Mozos.



**Figura 4: Campaña de difusión “Lorca. Lo Bordamos”. Febrero de 2016.**

La Semana Santa de Lorca fue declarada como fiesta de Interés Turístico Internacional en 2007. Actualmente se trabaja intensamente en la declaración como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO.



Fuente: <http://semanasantalorca.com/>

Tras reflexionar sobre toda la información recibida, da la impresión que podría concluirse que estamos ante una ciudad acomodada en una profunda depresión. Sin embargo, la actitud mantenida por más de las dos terceras partes de los interlocutores asombra, rechazan la actitud generalizada entre sus convecinos para superar esa situación.

### 3. Capacidad de los saberes locales

La valoración y trascendencia que otorgan los lorquinos a sus saberes locales pone de relieve la existencia de un capital social capaz de promover y alcanzar el desarrollo integrado que, como se ha podido comprobar, es tan anhelado como necesario. Todos los productos derivados de los citados saberes están, en mayor o menor medida, inmersos en los circuitos de distribución, hay un mercado que los demanda. Sin embargo, de los juicios emitidos se desprende que no pueden permanecer en ese estadio, que deben evolucionar hacia mayor especialización hasta convertirse en una actividad más industrializada, a través de la cual ese valiosísimo capital social podrá operar el cambio necesario.

Ante las respuestas obtenidas, resulta del todo obligado plantear un interrogante clave: ¿Están presentes en estos saberes los factores capaces de potenciar el paso del *Know-how* de forma familiar a estructura industrial? Siguiendo a Sassu (2001), puede afirmarse la existencia de tres factores que conducen a la transformación de los saberes locales: el desarrollo de los conocimientos, el medio social e institucional, y la demanda. Según este modelo, la ciudad de Lorca presenta unas ventajas operativas indiscutibles que es preciso resaltar.

Para una mejor comprensión del cuestionario que se propone a nuestros interlocutores, parece oportuno aclarar el sentido de los tres factores apuntados para la transformación de los saberes. En primer lugar, interesa matizar que los conocimientos tácitos son acumulativos, que la mayoría de las personas que los poseen participan del nudo inicial del saber, y que con el tiempo han alcanzado cierta especialización. Esta acumulación de saberes, y más particularmente de la especialización de saberes, descubre la primera ventaja operativa y competitiva que, como señala Sassu, posibilita desarrollar nuevos conocimientos mucho más rápidamente que en aquellos entornos que no se encuentran en esta posición. La presencia de un importantísimo capital social facilita la evolución.

El conjunto de saberes locales apuntados está asentado en la empresa familiar, depositaria, casi siempre, tanto de la primera fase de producción como del saber hacer. Sin embargo, una vez que dominan las técnicas recibidas en el seno familiar, tan sólo en contadas ocasiones han sido capaces de aprender los aspectos fundamentales de la comercialización y la gestión. Esta es la razón por la que en todas las entrevistas se reclama de las instituciones la realización de estas fases tan necesarias a toda empresa, que pongan en marcha centros de formación, que los maestros artesanos sean propuestos de entre los lorquinos para transmitir los saberes. Lamentablemente, a juicio de los entrevistados, las instituciones

que en otros aspectos relacionados con la ciudad han tomado decisiones trascendentales, en referencia a los conocimientos tácitos tan sólo han prestado apoyos simbólicos. La literatura especializada en desarrollo pone de relieve que sólo con el esfuerzo endógeno no hay muchas posibilidades de crecimiento, es necesaria la participación exógena a través de instituciones públicas, razón más que suficiente para que la mayoría de los encuestados señalen al Ayuntamiento como responsable de la situación en que se encuentran los saberes locales. Se insiste con machacona reiteración que la intervención pública es determinante en las actividades tradicionales, pueden provocar la necesaria transformación o el declive irremediable; la opinión generalizada se centra en afirmar que los responsables municipales están en la segunda posición.

Probablemente, el tercer factor señalado por Sassu es el más reiterado por cuantos han participado en nuestro trabajo de campo, si no existe una demanda continuada de los productos elaborados por los saberes locales, se está fallando en la principal premisa para asegurar su continuidad. Un significativo número de entrevistados desconoce dónde está la razón de la recesión, pero la mayoría constata que existe un débil tirón de la demanda, lo que significa una dudosa rentabilidad del trabajo familiar. En estas circunstancias, se entra en un círculo cerrado, no hay motivos para la especialización ni para aprender los conocimientos necesarios, y así no se incrementa la producción y no se hacen esfuerzos por despertar la demanda.

A nuestro juicio, son tres los elementos que pueden conducir al tránsito desde la familia artesanal a la producción industrial capaz de competir en los mercados. Factores que condicionan las cuestiones planteadas en la entrevista. En primer lugar, la codificación de los conocimientos tácitos es imprescindible para lograr una innovación y especialización en la producción, así como para asumir las nuevas tecnologías capaces de hacerlos competitivos. En segundo lugar, la participación de las instituciones en las operaciones comerciales para movilizar la demanda, que deberá acudir a la ciudad convertida en un turista o visitante con un doble propósito, conocer los saberes y consumirlos. Por último, el incremento de la calidad y de la producción para influir directamente en la demanda consumidora y visitante.

El conjunto de cuestiones propuestas respecto de los saberes locales cabe concretarlo en los siguientes apartados: capacidad de respuesta; capacidad de innovación; capacidad de conservación; capacidad para alcanzar el desarrollo.

### ***3.1. Capacidad de respuesta a los retos de la ciudad***

El concepto de innovación es una llamada a la capacidad implícita que tiene la ciudad para modificar la forma tradicional de afrontar las dificultades que surgen en la vida cotidiana. Introducir novedades significa cambiar, reformar, renovar. Adquirir actitudes y aptitudes diferentes a las mantenidas durante mucho tiempo, forjar nuevas ideas, crear actividades nuevas con los saberes tradicionales, movilizar sinergias dotadas de fuerzas capaces de invertir el concepto de ciudad en depresión, alejada de los ritmos económicos y sociales, son los retos que tiene ante sí la ciudad de Lorca.

Las respuestas que dan a estos desafíos las personas entrevistadas están claramente influenciadas por la propaganda de las oportunidades que propugnan las autoridades municipales, sin olvidar la percepción interesada y partidista de quien responde en la entrevista. Sin embargo, se descubre una interesante reacción que define claramente la capacidad innovadora de una ciudad que ha soportado una profunda crisis. Todos participan de la idea de que los saberes locales son capaces de dinamizar otras actividades como el turismo y crear empleo para la juventud, alcanzado este objetivo será mucho más fácil hacer frente al resto de desafíos. La vida cotidiana en la ciudad de Lorca, para buena parte de sus vecinos, está siendo realmente dura, particularmente por el déficit de viviendas.

Las acciones innovadoras a través de los saberes locales las concretan en la creación de empresas, y la generación de actividad trae consigo el aumento de los empleos. Lo verdaderamente significativo de sus respuestas está en las matizaciones que hacen sobre la estructura y naturaleza de las empresas, todas relacionadas con sus conocimientos tácitos, ahí es donde se descubre la capacidad innovadora, al propio tiempo se da a conocer una interesante diversificación de ideas que enlaza con el pasado industrial de la ciudad.

Junto a esta añoranza por el pasado industrial, se señala la necesidad de una mayor formación aprovechando la cultura tradicional, el saber hacer local, movimientos que han de dignificar la vida cotidiana de Lorca, pero enfatizan que esta dignificación no puede alcanzarse tan sólo con el esfuerzo endógeno, es preciso una importante aportación desde fuera, desde el ámbito regional, pero tan sólo reciben buenas intenciones y mejores palabras.

Es preciso hacer hincapié en que los gestos innovadores más significativos y reveladores provienen de un considerable grupo de respuestas que recurren a su pasado industrial para justificar cuanto de negativo se advierte en la actualidad. Reiteran lo que no se debe hacer, porque esas son las razones que les ha llevado a la situación actual. Estas respuestas tienen la particularidad de enlazar con

movimientos innovadores de verdadero futuro, movimientos en íntima conexión con los prototipos de las políticas que se difunden desde la Unión Europea. Respuestas que vienen a revelar la percepción que estas personas tienen de la problemática y el porvenir de la ciudad.

La responsabilidad del posicionamiento actual ante los retos de la ciudad de Lorca se atribuye a la Administración en sus diversos niveles, reclaman un mayor apoyo económico, transparencia en las subvenciones otorgadas; se especifica cómo debería abordarse la rehabilitación de los inmuebles afectados por el sismo, una vez conseguidas las correspondientes ayudas. Critican duramente que, junto a las rehabilitaciones realizadas y en ejecución, no se ha propuesto ningún plan revitalizador que lleve consigo la gentrificación, fundamentalmente de personas jóvenes. En este sentido se traslucen dos corrientes contrapuestas: por una parte quienes piensan que el primer esfuerzo debe consistir en concienciar a la población de la necesidad de recuperar y renovar el patrimonio, integrados en cooperativas o asociaciones que aporten técnicas y medios; por otra parte están quienes piensan que lo fundamental es la dinámica económica que atraiga población joven con demanda de vivienda, de esta manera se potencia la recuperación del casco histórico, puesto que a la rehabilitación se suma la revitalización. Estos juicios coinciden con una mayor demanda de apoyo económico a la iniciativa privada, que son quienes mantienen viva a la ciudad.

En definitiva, para todos los participantes en la entrevista, el presente y el futuro de la ciudad de Lorca pasa ineludiblemente por el progreso tecnológico, la mejora de la productividad y el florecimiento de nuevas actividades que además sean capaces de convertir a la ciudad en un destino turístico, considerado como elemento de ruptura en el estadio de estancamiento de la ciudad. La máxima expresión innovadora se advierte en la capacidad para visionar las perspectivas de futuro, puesto que ante la saturación de mercados y las dificultades propias de la producción apuestan por sectores de actividad prometedores. Reclaman los avances tecnológicos y la automatización en sus conocimientos tácitos, que eviten los actuales conflictos, particularmente los derivados de los excedentes de producción.

### **3.2. Capacidad para incorporar proyectos innovadores**

El saber hacer local se pone de manifiesto en los proyectos innovadores a través de la incorporación de una actividad o una política dinamizadora, que se justifica en la problemática específica de la ciudad o en la presencia de un producto que se considera competitivo.

Las sugerencias recogidas respecto de la especificidad de Lorca cabe agruparlas en tres categorías. La primera engloba a quienes se identifican con las políticas de carácter general, válidas para el conjunto de la actividad de la ciudad, pero centradas en sus saberes artesanales. Por esta razón, piensan que la revitalización de la ciudad se producirá a través del asociacionismo, creación de cooperativas capaces de potenciar la comercialización de la producción local. Existe pleno convencimiento de que a través del asociacionismo incrementarán la rentabilidad, pero también la gestación de puestos de trabajo, la mejora de los talleres de producción y la incorporación de nuevas tecnologías. En segundo lugar, manifiestan verdaderas acciones innovadoras pero concretadas a una actividad en íntima relación con las particularidades de la ciudad, el turismo. No faltan quienes se inclinan porque el primer paso que debe darse es el de la formación relacionada con el proceso industrializador o reindustrializador de la ciudad. Lógicamente, en esta postura la fuerza inductora ha de ser la industria tradicional, y de modo concreto aquella que ha de generar puestos de trabajo para la mujer, en una palabra, reclaman la potenciación de su industria textil, suficientemente conocida y que genera abundantes puestos de trabajo femenino. Se reclama la apuesta por un polígono industrial bien ubicado y dotado de suficientes infraestructuras, capaz de acoger pequeñas empresas muy especializadas, se alude a la propuesta de generar una *tecnopol*, propuesta ya realizamos durante la Conferencia Internacional de Ciudades Históricas del Mediterráneo que organizamos en Lorca, una apuesta por las economías de escala y aglomeración. En el deseo de buscar empleo femenino se hace notar la alta participación de mujeres en la entrevista, se reclama una potenciación de la artesanía en general, que por su diversidad puede generar muchos puestos de trabajo. Hay absoluto convencimiento de que el desarrollo tan sólo puede venir de la mano de la industria, de la transformación de los talleres familiares en factorías competitivas y bien dotadas de tecnología y que sepan aprovechar los conocimientos tácitos. Se rechaza de pleno pensar que la única actividad de futuro sea el turismo.

### **3.3. Capacidad innovadora de los conocimientos tácitos y su conservación**

El objetivo de este punto se concreta en la identificación de los elementos sociales y culturales que han de propiciar el desarrollo económico. Un desarrollo fundamentado en el saber hacer local y en la conversión de la ciudad de Lorca en un destino turístico competitivo en base a los saberes depositados en

su seno. La reflexión en torno a cuanto han transmitido los interlocutores lleva a la conclusión de que hay urgente necesidad de llevar a cabo un diagnóstico inmediato a la vida cotidiana de la ciudad de Lorca, diagnóstico que ha de permitir conocer las disfuncionalidades, pero también las razones de su existencia.

Parece oportuno que en una investigación como la que aquí se presenta, se busque llegar a ese diagnóstico, pero realizado por los propios sujetos de la ciudad. Un objetivo ambicioso de suma trascendencia para el futuro de la ciudad. En este sentido, debe afirmarse que pocos factores juegan un papel tan determinante como el de la formación, pero de modo mucho más concreto en relación con el desarrollo, y que por acomodación a la estructura del sistema educativo español estaremos refiriéndonos a la formación profesional.

Los diálogos en torno a esta problemática son interminables, pero muy positivos, permiten descubrir la conciencia de unas gentes convencidas de que sólo se consigue competir con verdadera formación, no importa el ámbito ni el medio, puede ser en los aspectos fundamentales que atenazan a su ciudad, en todo cuanto significa evolucionar, innovar su saber hacer. Se descubre una comunidad que no niega los valores ni las iniciativas familiares, todo lo contrario, reclama para sus jóvenes las influencias modernizantes que únicamente pueden venir de la mano de una formación que les abra nuevas perspectivas. Nueva formación, nuevas ilusiones, modernización cultural que tan sólo es posible adquirir a través de relaciones con el exterior de la ciudad, la inmensa mayoría reclama que se pongan en marcha formaciones específicas a sus necesidades y no respondiendo a la coyuntura política.

En estas circunstancias parece oportuno afirmar que la ciudad de Lorca no constituye una excepción respecto de las causas estructurales que se recogen en el Libro Blanco “Crecimiento, competitividad y empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI”:

- Nuestra inserción en la nueva división internacional del trabajo no ha sido la mejor. Hemos olvidado los mercados con futuro, apostando demasiado por las rentas de situación adquiridas en los sectores tradicionales.
- El coste relativo del trabajo poco cualificado acelera la racionalización de las inversiones y frena la creación de empleos.
- Nuestros sistemas de empleo han envejecido. Nos referimos al complejo que constituyen actualmente el mercado, la legislación laboral, la política de empleo, las posibilidades de flexibilidad interna y externa en la empresa, las posibilidades que ofrece o deja de ofrecer el aparato educativo y de formación, la protección social.
- Por último, y sobre todo, nuevos países se industrializan y compiten con nosotros, aún en nuestros mercados, y con costes que desafían cualquier competencia por nuestra parte.

Es preciso reflexionar en torno al gran reto que lanzan unánimemente todos los entrevistados, demandan una formación profesional que considere y respete sus conocimientos tácitos aplicados a la actividad productiva, pero impregnados de una innovación tecnológica que los conviertan en motor de desarrollo. Al mismo tiempo reclaman que esa formación sea impartida por auténticos artesanos locales, previo reciclaje en nuevas tecnologías, fundamentalmente porque transmitirán el saber hacer tradicional, la esencia del oficio. Resulta curioso comprobar cómo propugnan la creación de unos conocimientos íntimamente relacionados con su medio social y cultural. Rechazan los conocimientos codificados, distribuidos y transmitidos por todos los centros de formación profesional, generadores de una homologación social difícilmente aplicable a su problemática. Es una clara referencia a las ramas de formación profesional que se imparten en los centros de la ciudad de Lorca.

En el conjunto de las respuestas obtenidas se descubren dos posicionamientos: el primero, que cabría denominar como conformista, en el que se limitan a admitir la clara relación que existe entre formación y locomotora de desarrollo; y en el segundo entrarían quienes tienen mayor visión de futuro, más ambición, ponen en duda la eficacia de cualquier formación y demandan respeto a su saber hacer en sentido amplio, rechazan quedarse en una mono especialización, por ello reniegan de las formaciones convencionales oficiales.

En la coherencia expresada respecto de la íntima relación existente entre formación y locomotora de desarrollo, destacan ciertas ramas de formación que hacen referencia a otras tantas actividades para el desarrollo. Por supuesto que sitúan por encima de todas las que hacen referencia a sus conocimientos tácitos expresados en la artesanía tradicional. Sin embargo, en el intento de avanzar en innovación y desarrollo, sugieren una formación específica en torno a la nueva agricultura implantada en el término municipal de Lorca, una formación que supere ciertas rutinas en cultivos y usos del agua. En consonancia con su pasado industrial, se apunta todo lo relacionado con la agroalimentaria derivada del cerdo, no se olvida el pasado esplendor de los curtidos. Es lógico que se abogue por la necesidad de formación en todo cuanto se relaciona con la actividad turística, puesto que son muchos los que ven el

futuro en la transversalidad del turismo, se solicita reiteradamente la formación en especialistas en turismo, pero rechazan el papel que juegan las actuales Escuelas de Turismo de la Región, a las que consideran obsoletas, sin conocimiento de causa, fuera de lugar, imparten unos conocimientos codificados inservibles y no les preocupa cuanto significa la transversalidad del turismo.

Un buen número de los entrevistados centra la posibilidad de futuro en el papel que deben jugar las PYMES, por ello reclaman una formación pertinente en la creación y dirección de empresas y de innovación tecnológica, concluyen planteando una pregunta clave: ¿Dónde están los centros que sepan conjugar conocimientos tácitos/conocimientos codificados? Ese es el reto que tiene ante sí la ciudad de Lorca si quiere encontrar un futuro. En esta situación, cabe preguntarnos ¿Cómo dirigir la evolución de una *know-how* hacia una empresa si se desconocen los orígenes, los caminos y los fines? En resumen, hay una clara visión innovadora a través de la formación y una consideración de esta actividad muy positiva hacia un desarrollo integrado, pero falta el esfuerzo exógeno concreto, ahí fallan estrepitosamente las autoridades locales a las que se les señala muy seriamente.

### **3.4. Capacidad de los saberes locales para alcanzar el desarrollo**

A modo de conclusión de la problemática extraída de las entrevistas, se propone concretar las disfuncionalidades que en la actualidad se oponen a que la ciudad de Lorca alcance el desarrollo integrado. Conclusión que tiene la pretensión de facilitar la labor a quienes tienen la responsabilidad de actuar. En este sentido, se señalan los impedimentos fundamentales que, a juicio de nuestros entrevistados, distorsionan el desarrollo. Sus respuestas son concretas y cargadas de significado respecto del peso que la tradición tiene a la hora de buscar la anhelada innovación que les lleve al desarrollo a través del turismo como elemento de ruptura.

El exacto cumplimiento para señalar los inconvenientes pone de relieve la preocupación que existe entre los lorquinos en cuestiones de tanta trascendencia. El obstáculo más señalado deriva del apego a la inercia, de recrearse en la tradición, no en el sentido de poder aprovechar el saber hacer cultural como factor de desarrollo, sino en el sentido de reacción al cambio; denuncian una mentalidad anclada en parámetros trasnochados de poner como lo bueno y lo mejor lo que están haciendo, factor en el que están asentados los responsables municipales.

Paralelamente a esta acusación se menciona la falta de iniciativa privada, se acusa a la población de tranquilidad y carecer de visión de futuro, de estar desprovista de espíritu emprendedor y esperar a que sea la Administración quien haga todo el esfuerzo. Existe absoluto convencimiento de que no hay dinero y así poco o nada se puede hacer. De nuevo se señala directamente a los responsables municipales y a los políticos en general.

Todo el mundo reitera la necesidad de inversiones por parte de la Administración, concretamente en infraestructuras, en servicios, en proyectos de dinamización industrial y en acciones de formación. Se critica seriamente que las pocas iniciativas que toma la Administración son en connivencia con el “viejo caciquismo” y siempre a imitación de cuanto se hace en la capital regional.

En definitiva, los conflictos más serios con los que se enfrenta la ciudad de Lorca se resumen en las actitudes de la población, que enlazan con una cultura tradicional reaccionaria al cambio en la que se ha instalado la clase política. Todos señalan que estas actitudes y aptitudes son fruto del conformismo de unas gentes que ven como sus problemas se incrementan en la misma proporción que crece la burocracia política.

Por último, con la intención de contrastar lo acertado de esta investigación, interesa destacar que, cuando estamos redactando estas líneas, se producen dos noticias concatenadas que vienen a avalar plenamente cuanto se afirma en este trabajo.

La primera noticia (Diario La Verdad, 17-9-2015) es la publicación del estudio realizado por AIS Group, que combina datos del INE con indicadores socioeconómicos de Habits Big Data, y en el estudio aparece Lorca con una tasa de riesgo de pobreza del 38,3%, que la sitúa en tercer lugar de los municipios españoles de más de 50.000 habitantes. No puede sorprender esta calificación después de cuanto se expone en este trabajo, a partir de las respuestas obtenidas en las entrevistas realizadas en el conjunto de la ciudad.

La segunda noticia (Diario La Verdad, 18-9-2015) recoge las reacciones de los responsables municipales y del resto de los grupos políticos. Unas reacciones que vienen a reafirmar, sin equívocos, cuanto expresan el conjunto de entrevistas que manejamos, esto es, el posicionamiento tanto del Ayuntamiento, tan reiteradamente señalado en toda la problemática que afecta al municipio de Lorca, como el de los conocimientos tácitos asentados en la ciudad a través de diferentes grupos políticos. Unas reacciones que tal vez cabría calificar de entrevistas-conclusión de las realizadas a los lorquinos de todos los barrios de la ciudad, personas de ambos sexos, de diferentes edades, distinta formación, ocupación y posición social. La continua acusación que las entrevistas hacen

al gobierno municipal se confirma con la reacción de estos responsables a la difusión de la noticia. El gobierno municipal, que inicia su tercera legislatura, aunque no exenta de polémica, responde “matando al mensajero”, se limitan a pedir explicaciones a la empresa redactora acusándola de “usar datos descontextualizados y erróneos” y le pide un “mayor rigor”. Cuando lo correcto por parte de estos responsables sería desmontar la aludida calificación con datos, analizar cuantitativamente lo erróneo del índice asignado a la ciudad de Lorca.

El esfuerzo por descalificar el estudio por parte del Consistorio llega a acusaciones delirantes y vacías de contenido, simples expresiones políticas que dicen muy poco a favor del rigor de sus juicios. Consideran “irresponsable difundir unos datos que constituyen cierto riesgo de desprestigio contra el buen nombre y la buena imagen de una ciudad como Lorca”. ¿Dónde está la irresponsabilidad? Lejos de contrastar los resultados del estudio, se limitan a censurar la metodología del mismo con afirmaciones peregrinas: “no ofrece ni las fechas de los datos utilizados ni explica el criterio que sitúa a cada municipio en esa posición”. Conviene insistir que el Consistorio debe responder con datos que contradigan los resultados del citado estudio. Por nuestra parte decir que tenemos todas las entrevistas por escrito.

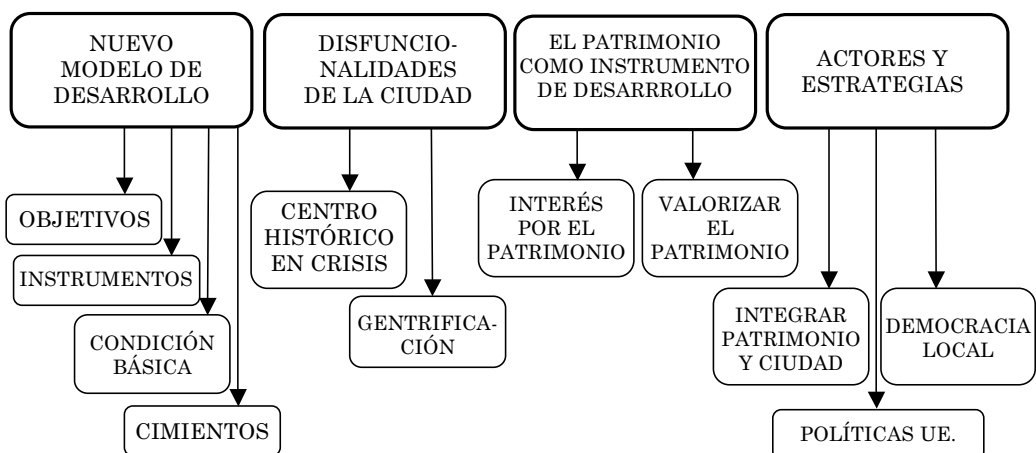
Las reacciones del resto de grupos políticos consolidan las opiniones expresadas en las entrevistas realizadas en el conjunto de los barrios de la ciudad. Todos los grupos políticos son gentes de la ciudad de Lorca; conviene recordar que los conocimientos tácitos son transmitidos por contacto entre las gentes del lugar y que constituyen su patrimonio cultural, por esta razón acusan a los responsables del gobierno municipal de la “terrible situación por la que atraviesa Lorca”. Relacionan la pobreza con un erróneo planteamiento de las políticas económicas y sociales aplicadas, enfatizan que Lorca es uno de los municipios con los impuestos y los servicios públicos más caros de España. Advértase en estas expresiones la conclusión con el contenido de nuestro trabajo.

#### 4. Consideraciones finales

Los conocimientos tácitos señalan cuatro pilares básicos para alcanzar el desarrollo integrado y sostenible de la ciudad de Lorca. Un desarrollo sostenible capaz de generar una nueva imagen de la ciudad. La nueva imagen ha de convertir a Lorca en agradable, deseada y consumible, y para ello puede y debe utilizar como elemento de ruptura el turismo, pero debe interesarse tanto por su patrimonio material como por el inmaterial, que incluye sus conocimientos tácitos.

Los cuatro pilares básicos y los elementos para su construcción se presentan en el esquema siguiente (Figura 5).

**Figura 5. Pilares básicos para alcanzar un desarrollo integrado y sostenible.**



Fuente: Elaboración propia.

El nuevo modelo de desarrollo pretende encontrar un proyecto de ciudad que no sólo persiga los objetivos de la Estrategia de Lisboa en su lanzamiento, sino que sea capaz de situar a la ciudad en condiciones de competir en la jerarquía urbana emergente, donde lo que no es agradable, consumible, previsible y deseado no tiene sitio. Esta pretensión exige, en primer lugar, tener un mínimo de ambición internacional porque, como señala Amendola (2000), hoy, la ciudad nueva contemporánea vive de las transacciones y de los intercambios simbólicos, más que de la producción de bienes. Esta se orienta hacia el exterior y a las interconexiones, y tiene su capital más valioso en la imagen y en la atracción. Por otra parte, requiere implicar a un amplio conjunto de actores (responsables políticos, empresarios, personalidades científicas, económicas y culturales, universidades, asociaciones, etc.), estrategias y recursos patrimoniales y humanos.

Conviene tener muy claro cuál será el objetivo de la internacionalización de la ciudad, pues de esta decisión depende la especialización que debe alcanzarse. ¿Con qué instrumentos diferenciadores puede alcanzar la ciudad histórica estos objetivos? La respuesta se encuentra en el contenido del proceso señalado en este trabajo. Debe recurrirse a la ventaja cualitativa de la ciudad histórica, definida por su patrimonio material e inmaterial y que ha de conformar la nueva y competitiva imagen de la localidad. Es preciso concienciarse de que un proyecto exitoso debe ser de carácter endógeno. Esta complejísima labor conlleva una condición básica ineludible: el nuevo modelo de desarrollo debe potenciar la capacidad de progreso tanto de la propia ciudad como de su ámbito territorial. Se propone como condición básica enmarcar a la ciudad histórica no solo en su conjunto urbano sino también en el ámbito territorial al que pertenece. Por último, debe aludirse a los cimientos en los se debe asentar el nuevo modelo de desarrollo, que no pueden ser otros que los de la sostenibilidad. Herbert (2001) afirma que una ciudad sostenible es aquella que se organiza de manera que posibilite que todos sus ciudadanos satisfagan sus propias necesidades y que eleven su bienestar sin dañar el entorno natural y sin poner en peligro las condiciones de vida de otras personas, ahora o en el futuro.

La mayoría de las ciudades históricas presentan serias disfuncionalidades. Se acomete la remodelación de los centros históricos con la obsesión de que la trama urbana heredada del pasado, junto con elementos patrimoniales significativos, han quedado obsoletos para la nueva funcionalidad de la ciudad en razón a los procesos de modernización de la sociedad. Se emprenden arriesgadas acciones de modificación/remodelación del espacio interior de los viejos cascos históricos, se llevan a cabo drásticas mutilaciones enmarcadas en el juego de los peligrosos intereses financieros e inmobiliarios, llevadas a cabo por personas poco o nada respetuosas con la ciudad y su pasado, únicamente deciden satisfacer sus pretensiones económicas, políticas y sociales. El resultado, de acuerdo con Sueur (1999), es la mutilación de la historia de buen número de ciudades.

Resulta urgente diseñar un eficaz proceso de intraurbanización, capaz de dotar al centro histórico de una funcionalidad que genere la gentrificación deseada. La operación más acertada de intraurbanización se concreta en dotar al centro del suficiente atractivo, además de plantear estrategias que den prioridad a las necesidades de los peatones y sus habitantes. Enfrentarse a las actuales disfuncionalidades no es tarea fácil. En demasiadas ocasiones las actuaciones se limitan a recuperar y poner en valor un elemento del llamado patrimonio mayor, y se olvidan por completo todo cuanto comporta el patrimonio menor, el patrimonio inmaterial (conocimientos tácitos).

¿Quién tiene interés por el patrimonio? ¿Cómo valorizar el patrimonio? El compromiso de responder a tan complejos interrogantes viene de las consideraciones institucionales acerca del patrimonio que no van más allá del mero conservacionismo. Sirvan de ejemplo las recomendaciones que hace la decimoséptima Conferencia General de la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, celebrada en París en 1972, y aceptadas por todos los países comprometidos en la conservación del patrimonio. De acuerdo con Amendola (2000: 31), “terminada la fase de expansión, a partir de los años ochenta, la ciudad ha tomado el camino del crecimiento a través de la transformación de lo existente. Ha comenzado la época, aún vigente, de la reutilización y de la puesta en valor de viejas partes de la ciudad según principios diferentes de los del pasado: valorización de las diversidades, recuperación de los testimonios del pasado, búsqueda del *genius loci* y de las bases espaciales de la identidad de los habitantes, ligamen de lo bello con la funcionalidad”. En esta reutilización y transformación participan tres figuras con diferentes intereses y hasta en ciertos momentos contrapuestos: quienes encuentran el placer de vivir en el centro histórico, los turistas que buscan ocio y recreación entre la singularidad de la ciudad, y, por último, la administración local y regional, que aprovecha estos intereses para promover planes de dinamización del centro histórico, con fines turísticos y de ubicación de actividades de la administración local, regional, educativa y de investigación.

Autorizadas voces advierten de las serias dificultades con que se tropieza a la hora de dominar el futuro de las ciudades. Dificultades que se incrementan en la problemática que venimos planteando en este trabajo, pues se trata de transformar antiguos equipamientos en estructuras modernas para ejercer un doble papel, por una parte deben convertirse en elementos clave de la nueva estructuración de las prácticas urbanas y, por otra, desempeñar un cometido decisivo en la valoración del patrimonio a través de un complejo proceso de rehabilitación, recuperación y revitalización del centro histórico. En este propósito se ven comprometidos tanto los urbanistas, como los empresarios y las instituciones y colectivos locales que afrontan las exigencias de un nuevo modelo de desarrollo sobre el que pretenden consolidar el porvenir de la ciudad y su territorio.

En esta situación, la cuestión estriba en marcar las estrategias capaces de aunar todas las sinergias locales en la recuperación patrimonial y funcional de la ciudad. Tarea que conlleva un conjunto de soluciones prácticas a problemas concretos que cabe sintetizar en el deseo de que los centros históricos dejen de ser utilizados únicamente para trabajar y divertirse. Objetivo tal vez demasiado ambicioso porque requiere armonizar economía urbana, calidad ambiental y bienestar social en un espacio que, además de ser depositario del patrimonio, debe ejercer una nueva y exigente funcionalidad. Un ambicioso objetivo que, a nuestro juicio, exige poner en práctica las estrategias siguientes: i) Integrar el patrimonio en la ciudad; ii) Desarrollar una verdadera democracia local; y iii) Aprovechar las políticas de la Unión Europea. Son numerosas las políticas de la Unión Europea que muestran gran preocupación por las ciudades y que han tenido un indiscutible papel en el futuro de las mismas (Plan URBAN por ejemplo). La forma más eficaz de llevar a cabo políticas eficaces consiste en incorporarse en alguna de las diferentes redes de ciudades. Por citar un ejemplo acorde con los objetivos de este trabajo, la Red de Destinos Europeos de Excelencia Turística, que tiene por objetivo fortalecer el turismo en las ciudades miembros, intercambiando información, conocimientos y experiencia, trabajando en Red de forma operativa.

Para finalizar, decir que sin la movilización de las sinergias locales es francamente imposible alcanzar la integración de las preocupaciones medioambientales, sociales, económicas y culturales. Unas sinergias locales que se fundamentan en su saber hacer local para procurar una ciudad que satisfaga tanto a los visitantes como a los residentes.

## Bibliografía

- Abriç, J.  
2003. *Méthodes d'études des représentations sociales*. París, Éres.
- Abdelmalki, I. y Courlet, C.  
1996. *Les nouvelles logiques du développement*. París, L'Harmattan.
- Alvergne, C. y Taulelle, F.  
2002. *Du local à l'Europe. Les nouvelles politiques d'aménagement du territoire*. Paris, Presses Universitaires de France.
- Amendola, G.  
2000. *La ciudad postmoderna*. Madrid, Ediciones Celeste.
- Andrés Sarasa, J.L.  
2000 a. "Iniciativa local y desarrollo en el Sureste español". *Papeles de Geografía*, 31: 5-21.  
2000 b. "Aportaciones básicas del turismo al desarrollo rural". *Cuadernos de Turismo*, 6: 45-59.
2015. "Trascendencia de la Semana Santa en el proceso de internacionalización de la ciudad". En Martínez Cárdenas, R. (Ed.) *Patrimonio cultural y producto turístico religioso* (pp. 38-59). Guadalajara, Jalisco, México: Secretaría de Cultura Jalisco.
- Cáceres Pla, F.  
1900. *Tradiciones lorquinas*. Lorca, Imp. Luis Montiel.
- Campoy García, J.M.  
1901. *Narraciones lorquinas (tradiciones y leyendas)*. Lorca, Tipografía La Lorquina.
- Comisión de las Comunidades Europeas  
1993. Libro Blanco sobre crecimiento, competitividad y empleo-Retos y pistas para entrar en el siglo XXI, COM (93) 700. Bruselas, 5.12.1993.
- Coraggio, J.L.  
2000. *La relevancia del desarrollo regional en un mundo globalizado. Cultura y desarrollo: la perspectiva regional/local*. Instituto Andino de Artes Populares del Convenio Andrés Bello (IADAP), Quito. Disponible en: [http://www.coraggioeconomia.org/jlc\\_publicaciones\\_r.htm](http://www.coraggioeconomia.org/jlc_publicaciones_r.htm)



- Di Meo, G. y Buléon, D.  
2005. *L'espace social. Lectura géographique des sociétés*. París, Armand Colin.
- Garafoli, G.  
1991. *Modelli locali di sviluppo*. Milano, Angeli.
- Herbert, G.  
2001. *Creando ciudades sostenibles*. Valencia, Tilde.
- Jiménez Alcázar, J.F. (Coord.).  
1999. *Lorca histórica. Historia, arte y literatura*. Lorca, Excmo. Ayuntamiento de Lorca.
- Merlin, P.  
2002. *L'aménagement du territoire*. París, PUB.
- Pecquer, B.  
1989. *Le développement local*. París, Syros, Alternatives Economiques.
- Poma, L.  
2000. "La nueva competencia territorial". En Boscherini, F. y Poma, L. (Comp.) *Territorio, conocimiento y competitividad de las empresas. El rol de las instituciones en el espacio global*. Buenos Aires, Miño y Dávila Editores.
- Sala Vallejo, R.  
1998. *Lorca y su historia*. Lorca, Excmo. Ayuntamiento de Lorca, Cajamurcia, Cámara de Comercio e Industria de Lorca.
- Sassu, A. (Dir.).  
2001. *Savoir-faire et productions locales dans les pays de la Méditerranée*. París, ISPROM-PUBLISUD.
- Sueur, J. P.  
1999. *Changer la ville: pour une nouvelle urbanité*. París, Odile Jacob.
- Yoguel, G.  
2000. "Creación de competencias en ambientes locales y redes productivas". *Revista de la CEPAL*, 71: 105-119.

## Notas

- <sup>1</sup> Esta investigación deriva del Proyecto: "El turismo cultural en la revitalización del patrimonio histórico de Lorca: actores y estrategias", financiado por la Fundación Séneca-Agencia de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia, Referencia: 18937/JLI/13.

*Recibido:* 01/02/2016  
*Reenviado:* 27/05/2016  
*Aceptado:* 07/06/2016  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*



## **X CITURDES: Congreso Internacional de Turismo Rural y Desarrollo Sostenible**

Entre los días 19 y 21 de octubre de 2016 la ciudad de Santiago de Compostela acogerá el X Congreso Internacional de Turismo Rural y Desarrollo Sostenible, que por segunda vez en su historia va a tener lugar en Europa.

El tema central de este congreso es Turismo en el espacio rural: balance crítico. Con este lema, el objetivo que nos marcamos es el de reflexionar críticamente sobre lo que ha pasado con esta actividad hasta el momento. Llevamos ya varias décadas hablando y escribiendo sobre las bondades del turismo en el espacio rural: su relación con el desarrollo sostenible en sus diferentes perspectivas; las oportunidades laborales que genera, fundamentalmente para las mujeres; o su papel en la recuperación patrimonial y cultural en general. Sin embargo, tanto en el contexto ibérico como en el latinoamericano no parecen existir demasiadas evidencias de que el TER haya provocado grandes transformaciones. Por esto, creemos que es muy pertinente el debate sobre lo que se ha hecho hasta ahora desde una perspectiva crítica, aunque también constructiva.

**Santiago de Compostela**

**19, 20 e 21 de outubro de 2016**

<http://www.usc.es/es/congresos/citurdes/index.html>



CENTRO DE ESTUDOS E INVESTIGACIÓNS  
TURÍSTICAS (CETUR)



# Entre el reconocimiento y el abandono. La situación del Camino Real de Tierra Adentro en el norte de Guanajuato.

**Miguel Santos Salinas Ramos\***

UNAM (México)

---

**Resumen:** El Camino Real de Tierra Adentro fue la ruta principal que por más de tres siglos permitió la comunicación, el comercio y el movimiento de personas entre el centro de la Nueva España y el norte del virreinato. Esta ruta ha sido estudiada por historiadores, arqueólogos y personas interesadas en la conservación, protección y divulgación del patrimonio cultural de México. El objetivo del presente texto es analizar el proceso por el cual el Camino Real de Tierra Adentro dejó de ser solo un tema de interés histórico, para ser considerado Patrimonio de la Humanidad. Para ello revisaré una serie de publicaciones que nos permitan conocer los diferentes puntos de vista desde los cuales se ha analizado este tema y se examinarán una serie de documentos emitidos por UNESCO e ICOMOS que muestran el interés de algunas organizaciones respecto al Camino Real.

**Palabras Clave:** Camino Real; Patrimonio cultural; Itinerario Cultural; Guanajuato

---

**Between recognition and neglect. The situation of the Camino Real de Tierra Adentro in northern Guanajuato.**

**Abstract:** The Camino Real de Tierra Adentro was the main route that for more than three centuries allowed communication, trade and the movement of people between the center of the New Spain and north of Viceroyalty. This route has been studied by historians, archaeologist and people interested in the conservation, protection and dissemination of the cultural heritage of México. The aim of this text is to analyze the process by which the Camino Real de Tierra Adentro ceased to be only a topic of historical interest, to be considered a World Heritage. For this reason, I will review a series of publications that allow us to know the different points of view from which has been analyzed this topic and I will examine a series of documents issued by UNESCO and ICOMOS showing the interest of some organizations with respect to the Camino Real.

**Keywords:** Royal Road; Cultural Heritage; Cultural Route; Guanajuato.

---

## 1. Introducción

El Camino Real de Tierra Adentro fue la ruta principal que por más de tres siglos permitió la comunicación, el comercio y el movimiento de personas entre el centro de la Nueva España y las poblaciones del norte del virreinato. Este camino fue la vía que construyeron y siguieron los exploradores en busca de riquezas que compensarían los esfuerzos y peligros de las expediciones, también, fue la ruta por donde se enviaba la plata extraída de las minas de Zacatecas rumbo a la ciudad de México, además, fue escenario de la evangelización, la guerra chichimeca y la colonización del septentrión novohispano, procesos históricos que derivaron en la construcción de haciendas, misiones, puentes, fuertes y presidios, elementos arquitectónicos aún presentes que dan cuenta de la historia de esta ruta.

Este Camino, en los últimos años ha dejado de ser tema exclusivo de la historia y la arqueología y se ha vuelto de interés para estudiosos del patrimonio en México, aún antes de que fuera declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el año 2010, en la categoría de Itinerario Cultural.

---

\* Profesor de la licenciatura en Desarrollo y Gestión Interculturales de la Escuela Nacional de Estudios Superiores, Unidad León. UNAM.México; E-mail: migesantos@gmail.com

Los diferentes estudios sobre esta ruta, así como el expediente técnico que se presentó ante la UNESCO para lograr su inclusión en la lista de Patrimonio de la Humanidad, muestran la importancia que tuvo el Camino Real para la historia de México, sin embargo, a pesar de la declaratoria internacional, en el caso del norte de Guanajuato –por donde pasa esta ruta y donde aún quedan construcciones que son testimonio de su importancia– no se han realizado acciones en materia de conservación y divulgación de este bien cultural.

Ante esta situación, el objetivo del presente texto es analizar el proceso por el cual el Camino Real de Tierra Adentro pasó de ser solo un tema de interés histórico a ser considerado de interés patrimonial. Para ello, examinaré algunas de las principales obras que tienen como tema central la historia del Camino, ya que el importante pasado de esta ruta fue el elemento principal que sirvió como argumento para declararla patrimonio. También, revisaré el concepto de *Itinerario Cultural*, categoría en que fue inscrito el Camino Real y mencionaré cómo ese reconocimiento no se ve traducido en acciones de conservación de algunos bienes arquitectónicos, en particular en el norte de Guanajuato, donde se encuentran en condiciones de abandono. Finalmente, señalaré algunas acciones que considero se pueden realizar para valorar y conocer este legado cultural.

## 1. El Camino Real como tema histórico

La historia de este camino está enlazada con la historia de las expediciones hacia tierras septentrionales, ya que por él transitaban soldados, evangelizadores, mineros, comerciantes, arrieros, labradores y ganaderos, quienes descubrieron ricos yacimientos de plata –como Zacatecas– y encontraron nuevos territorios que pasaron a formar parte de la Corona española.

Este proceso de extensión del dominio español sobre los nuevos territorios, implicó la ocupación y apropiación del espacio que iba descubriendo. Los españoles y sus aliados tlaxcaltecas, tarascos y otomíes se adentraron a tierras del norte siguiendo esta vía principal y en su trayecto formaron estancias ganaderas, labores agrícolas, presidios, fuertes, ventas o posadas, pueblos y villas, siendo los núcleos de población más importantes Querétaro, San Miguel, San Felipe, Ojuelos, Lagos, Aguascalientes, Zacatecas, Durango, Chihuahua, El Paso y Santa Fe, este último en Nuevo México.

El Camino Real ha sido tema de estudio para historiadores desde hace aproximadamente medio siglo. El primero en llamar la atención fue Philip Powell, quien en su libro *Soldiers, Indians and Silver*,<sup>1</sup> publicado originalmente en 1952 y editado en México con el título *La Guerra Chichimeca*, dedicó un capítulo al análisis de este camino conocido también como Ruta de la Plata, además de mencionarlo de forma constante en su obra, ya que diversos puntos de este trayecto fueron lugares de ataque y encuentro armado entre chichimecas y soldados.

Powell centró su atención en el financiamiento y estrategias militares que utilizó la corona española en el desarrollo de esta guerra, describió algunas costumbres de los chichimecas, señaló el papel que jugaron los pueblos, villas, presidios y poblados defensivos fundados en el trayecto de esta ruta, y concluyó su texto mostrando los métodos empleados para lograr la pacificación, como la integración de indios nómadas y sedentarios y la donación de tierras, alimentos y utensilios a los grupos chichimecas que buscaban un lugar para establecerse.

Uno de los aportes del texto de Powell es mostrar que a partir del proceso de guerra-pacificación surgieron instituciones fronterizas a lo largo del Camino Real, como los presidios, tema al cual dedicó un artículo publicado en 1982<sup>2</sup> y en el que continuó el estudio sobre las estrategias de guerra en el trayecto de esta ruta histórica.

Aunque Powell se ocupó del proceso de guerra-pacificación y no profundizó en las acciones de evangelización y colonización que también fueron importantes en el desarrollo de este conflicto, su obra nos muestra que esta vía conectó a diversas regiones del septentrión novohispano –zonas mineras, agrícolas, ganaderas, desiertos, planicies y montañas– y fue utilizada por misioneros, colonizadores, chichimecas, españoles, otomíes, tlaxcaltecas, soldados, arrieros, comerciantes, etc., por lo que se le consideró el Camino de Tierra Adentro, superando con ello la connotación de Ruta de la Plata.

El texto de Powell abrió diversas líneas a seguir para el análisis no solo de la guerra chichimeca, sino de los procesos de colonización y evangelización al norte de la Nueva España, incluso, da pistas y señala fuentes documentales para el estudio de las costumbres de algunos grupos chichimecas<sup>3</sup> como los Guamares y Guachichiles que recorrían los territorios de los actuales estados de Guanajuato y San Luis Potosí.

Otro autor cuyas obras también son lectura obligada para estudiar la historia del Camino Real es Max Moorhead, quien en su libro *New México's Royal Road*, publicado en 1958, estudió la apertura de esta vía en la región de Chihuahua y Nuevo México y sobre todo, se enfocó en analizar el comercio, las rutas que seguían las caravanas y las prácticas mercantiles en esta región en los siglos XVIII y XIX. De Moorhead también se debe citar el libro *El Presidio*, publicado originalmente en el año de 1975, donde muestra que la guerra contra los grupos nómadas y sedentarios del norte de México se prolongó hasta el siglo XIX; además, nos presenta los intentos del gobierno virreinal por establecer una línea de presidios, fuertes y villas a lo largo del Camino Real, buscando con ello asegurar el comercio y controlar las tierras del septentrión novohispano mediante la fundación de núcleos de población, lugares que estaban aislados y en constante peligro por los ataques de los grupos indígenas que pusieron resistencia al avance de los españoles.

Uno de los frutos de las obras de Powell antes citadas es el libro *Los Caminos de la Plata*, de Aurelio de los Reyes, publicado en 1991. Este trabajo, como lo dice el mismo autor, complementa el capítulo que Powell dedicó a la Ruta de la Plata y a su vez, invita a seguir estudiando el tema con nuevos documentos y perspectivas, ya que Powell no lo agotó, sino que sentó las bases para futuras investigaciones.

De los Reyes estudió el Camino Real en el trayecto que va de Querétaro a Zacatecas, recorrió personalmente este tramo y acompañó su texto con fotografías de las haciendas y de algunas construcciones abandonadas al paso de los siglos, ya que le interesó mostrar que esta ruta dejó como testimonio de su importancia una serie de edificaciones que pueden ser estudiadas y rescatadas, ya que son parte de la historia agrícola y ganadera de la región y forman parte del patrimonio arquitectónico del Camino Real. Sobre este punto señaló que:

“Durante los últimos años se ha precipitado la destrucción de los cascos de las viejas haciendas. Primero por el abandono de los dueños, desanimados por los problemas inherentes al reparto agrario. Luego los compradores de antigüedades, los coleccionistas, el robo, el reparto de viejos recuerdos entre familiares contribuyeron, cada uno, al saqueo. En años recientes, la moda de la hacienda ha acentuado la rapiña y la deformación de su imagen. Se le añora, se le estudia pero no se le comprende. Se le inventa. Basta ver su imagen en las telenovelas, indicador de la idea generalizada sobre ellas”. (Reyes, 1991: p. 20)

Aunque no profundizó en el tema patrimonial sino en el histórico, de los Reyes consideró a las haciendas como un patrimonio arquitectónico susceptible de ser conservado y restaurado. Por ello, incorporó a su texto fotografías de su autoría para mostrar las condiciones materiales en que se encontraban estas construcciones al momento de hacer sus recorridos por esta región.

Un libro más que aborda el tema del Camino Real es el coordinado por Chantal Cramaussel, *Rutas de la Nueva España* (2006), trabajo en donde varios autores muestran la importancia que tuvieron estas rutas para el comercio, la comunicación y los movimientos migratorios en el periodo novohispano.

En este texto por ejemplo, se estudian los caminos a Veracruz, Oaxaca, Chiapas y Guatemala, a Acapulco –lugar por donde llegaban telas, marfil y porcelanas traídas de oriente por la Nao de China– y a Guadalajara, ciudad importante por ser sede de la Audiencia de Nueva Galicia desde donde se gobernaba gran parte del territorio del norte de la Nueva España.

En esta obra se analiza la ruta al norte, siguiendo el Camino Real, del cual se considera su pasado prehispánico y colonial. Sobre este tema, *Rutas de la Nueva España* incluye un texto de Avilés y Brambila (2006: 329-338) respecto a las evidencias arqueológicas –puentes, haciendas, empedrados– que aún se pueden encontrar en el primer tramo que va de Cuautitlán a San Juan del Río, trabajo en que sus autoras expresan que la importancia del estudio de los caminos radica en que son:

“indicadores de formas de organización territorial y, simultáneamente, al consolidarse como elementos importantes de la estructura material de un territorio...[son]...factores responsables del padrón de asentamiento. Es decir, que de la red que conforman llega a depender la localización y la estructura de los asentamientos, su carácter, su importancia, la distribución de las actividades económicas, el uso del suelo y la distribución de la población (Avilés y Brambila, 2006:329).

Otro artículo que forma parte de esta obra colectiva es el de Chantal Cramaussel, *El Camino Real de Tierra Adentro. De México a Santa Fe*,<sup>4</sup> donde estudia los distintos ramales del Camino Real al norte de Zacatecas que iban a varios lugares como Durango, Parral, Mapimí, Saltillo y Santa Fe, sitios que presenciaron el auge y decadencia de la minería y el comercio en el septentrión novohispano y que

fueron por muchos años, lugares de descanso y abasto para comerciantes, evangelizadores, soldados y exploradores.

Cramaussel otorgó gran importancia a las condiciones geográficas del Camino ya que facilitaban u obstruían el comercio y la comunicación. Señaló por ejemplo que “las diferentes rutas de acarreo que conformaron el camino real de tierra adentro fueron trazadas con la idea de evitar en lo posible el paso por regiones montañosas y agrestes” (Cramaussel, 2006: 317). Además, nos dice que otro factor a considerar era la escasez de agua o el exceso de la misma en época de lluvias ya que

“si bien durante esa temporada del año se facilitaba el tránsito desde Chihuahua, ya que se solía contar durante la estación húmeda con los agujeros suficientes para atravesar el altiplano desértico, las lluvias limitaban el transporte directo desde la ciudad de México, por la dificultad que representaban los anegamientos y los pasos de los ríos” (Cramaussel, 2006: 317)

Así pues, era necesario que los comerciantes, arrieros, soldados y en general quienes emprendían largos viajes por este camino, tomaran en cuenta las condiciones geográficas y climatológicas al atravesar zonas áridas o ríos caudalosos, y aunque se podía rodear por terrenos planos –como en los llanos de San Felipe, Gto.– éstos en temporada de lluvias se anegaban retrasando el comercio, la comunicación y el traslado de personas.<sup>5</sup>

Además, se debían tener en cuenta las fechas de las ferias comerciales y las temporadas de paga, por lo que algunos viajes

“se efectuaban en temporada de secas, ya que los transportistas que salían de la ciudad de México intentaban estar en Parral, en San Bartolomé, o en Chihuahua antes de Navidad, para vender zapatos, telas, cobijas y sombreros que los hacendados daban una vez al año, a título de salario, a sus sirvientes” (Cramaussel, 2006: 317)

Finalmente, en su artículo Cramaussel apunta varios datos que se deben tomar en cuenta cuando se estudia el Camino Real de Tierra Adentro. Por ejemplo, nos dice que “el término *camino real* se empleaba para designar a las vías principales, las que eran más transitadas”; que “hasta la tercera década del siglo XVII, el verdadero camino real de tierra adentro llegó únicamente hasta la ciudad de Durango” y que “no fue sino hasta principios del siglo XVIII, cuando la región de Chihuahua entró en auge, que lugares como el Paso y Santa Fe, se integraron realmente al tronco principal del camino real de tierra adentro” (Cramaussel, 2006: 322).

Otro texto que tiene por tema central esta ruta es *El Camino Real de Tierra Adentro*, coordinado por Enrique Servín (2011). En este libro se estudia desde diferentes perspectivas esta vía, ya que se incluyeron trabajos que abarcan desde el periodo prehispánico hasta la actualidad, además, se tomaron en cuenta temas como la migración, las epidemias, la gastronomía, la infraestructura hidráulica, la vaquería, la minería, la vestimenta y el lenguaje de los habitantes del norte del país, elementos que nos indican que el Camino Real dejó una herencia cultural tangible e intangible que aún se percibe en las costumbres y tradiciones de la sociedad.

Entre los autores de esta obra están Marie Areti-Hers y Fernando Berrojálbiz (2011:19-43), quienes estudiaron el pasado prehispánico de esta ruta mediante el análisis de pinturas rupestres<sup>6</sup> ubicadas a lo largo de la Sierra Madre Occidental, testimonios que indican etapas y trayectos de migración, comercio y comunicación entre Mesoamérica y Aridoamérica.

Por su parte, Chantal Cramaussel en un breve texto incluido en esta obra, nos aporta algunos datos interesantes para entender la función y naturaleza del Camino Real. Señala por ejemplo que la duración del recorrido de la ciudad de México a Santa Fe, en el siglo XVII, era de seis meses; que la mejor época del año para iniciarlo era después de las lluvias, cuando había suficiente pasto para el ganado y los ríos llevaban poca agua, describe también las malas condiciones de esta vía, las actividades mercantiles, mineras y ganaderas y apunta que esta ruta no solo comunicaba a la capital del virreinato con Santa Fe, sino que el Camino “era el eje articulador de todo el tránsito de hombres y bienes hacia el septentrion novohispano” (2011:33-73).

Un aspecto interesante que también apunta Cramaussel respecto al Camino, es que al ser la ruta de migración al norte, también fue la vía por donde circularon las epidemias, entre ellas el Sarampión, que “llegó a la Nueva Vizcaya por el Camino Real de Tierra Adentro desde México en 1694 y 1825” (Cramaussel, 2011b: 76-77). Hago mención de las epidemias, ya que esto nos muestra la diversidad de

puntos de vista desde los cuales se puede analizar esta ruta histórica. Además, la investigación sobre el Camino Real no se limita al periodo virreinal—ya que se siguió utilizando de forma constante hasta la segunda mitad del siglo XIX, cuando fue abandonado por la llegada del Ferrocarril que se volvió el medio principal de transporte—, sino que su estudio se puede recorrer hasta la actualidad, en tanto dicha ruta dejó como herencia una serie de elementos culturales que aún se pueden observar.

En este sentido, en el libro *El Camino Real de Tierra Adentro* se tomaron en cuenta aspectos históricos y culturales como la gastronomía, la tecnología hidráulica que se refleja en los puentes, acueductos y acequias que aún se encuentran a lo largo de esta ruta; la vaquería, que surgió como resultado del traslado de ganado y personas al septentrión y que se manifiesta en el pastoreo, en la elaboración y el uso de herramientas y en algunas actividades como los rodeos y jaripeos, acciones que forman parte de la identidad de muchos pobladores del norte de México y el sur de Estados Unidos y que son una herencia cultural que dejó el Camino Real.

Un último trabajo sirve como ejemplo para ver que esta ruta ha sido estudiada principalmente por historiadores, quienes la han analizado en relación al comercio, la minería, la arquitectura y la guerra chichimeca. En este caso, José Francisco Román Gutiérrez, en un artículo titulado “El Camino Real de Tierra Adentro y el Tercer Concilio Provincial Mexicano” (2013) menciona la importancia que tenía esta ruta en el contexto de la guerra chichimeca y por ende, en las opiniones que se emitieron en el Tercer Concilio Provincial Mexicano de 1585, donde se discutió entre otros asuntos, si la guerra era legítima o no. (Román Gutiérrez, 2013: 275-303)

Román Gutiérrez señaló distintas opiniones que se pronunciaron en el Concilio y que buscaban terminar con el conflicto chichimeca, siendo la más adecuada para este fin la postura de los franciscanos, quienes proponían “la evangelización a través de la fundación de pueblos sobre la línea del Camino Real de Tierra Adentro, ampliando paulatinamente la frontera en el septentrión” (Román Gutiérrez, 2013: 292).

Ahora bien, los trabajos reseñados hasta aquí son sólo una muestra de los distintos enfoques desde los cuales se ha estudiado el Camino Real, y aunque hay más textos que conciernen a la historia de esta ruta, no centran su atención en ella sino en la historia del septentrión novohispano en temas como la ganadería, las haciendas, los movimientos de población, el comercio, la minería o el concepto de frontera. Entre estos trabajos puede citarse el de Salvador Álvarez acerca de las haciendas en la región de Nueva Vizcaya, los escritos de Cramaussel respecto al poblamiento de la misma zona, el de Hendricks sobre la economía en la zona de Paso del Norte, el de Weber referente al concepto de frontera o el de Pérez González, concerniente a la legislación de los caminos reales en España y América.<sup>7</sup>

## 2. El Camino Real y el patrimonio cultural

El Camino Real de Tierra Adentro, desde hace algunos años ha dejado de ser tema exclusivo de la historia y se ha vuelto asunto de interés para instituciones que protegen, conservan y difunden el patrimonio cultural como la UNESCO, el ICOMOS<sup>8</sup> y el Instituto Nacional de Antropología e Historia, quienes han reconocido la importancia histórica del Camino Real y lo han incluido en la Lista de Patrimonio Mundial, ampliando así su reconocimiento a nivel internacional.

La formación y reconocimiento de nuevas categorías como la de *Itinerario Cultural*, en la que fue incluido el Camino, reflejan que el concepto de patrimonio en los últimos años se ha diversificado de acuerdo a recientes visiones y perspectivas de quienes lo estudian y lo protegen. Hasta la primera mitad del siglo XX, generalmente se consideraba como patrimonio en México a las zonas arqueológicas, los edificios históricos con arquitectura monumental o lugares que tuvieran una importancia para la historia de la nación como Teotihuacán o el Castillo de Chapultepec, por poner dos ejemplos.

Al paso de los años, el concepto empezó a modificarse y ahora abarca nuevas categorías y significados según los criterios, valores e intereses de las instituciones y de la sociedad. Así, la visión centralista y elitista que consideraba como patrimonio solamente a las zonas arqueológicas monumentales o los centros históricos ha quedado rezagada. Ahora el concepto también incluye expresiones culturales inmateriales como las artes, la música, las danzas, la gastronomía y las tradiciones orales, incluso, se han formulado nuevas categorías como Patrimonio Fílmico, Patrimonio Documental,<sup>9</sup> que incluye fotografías, códices y mapas; Patrimonio Subacuático<sup>10</sup> y Patrimonio Industrial, categorías y expresiones culturales que no necesariamente están vinculadas con un sitio monumental, con un pasado remoto o no tienen como elemento principal de su importancia a la historia oficial del país. Por ello, como señala Bonfil Batalla:

“el patrimonio cultural no estaría restringido a los rastros materiales del pasado (los monumentos arquitectónicos, las obras de arte, los objetos reconocidos comúnmente como de museo) sino que abarcaría también costumbres, conocimientos, sistemas de significados, habilidades y formas de expresión simbólica que corresponde a esferas diferentes de la cultura y que pocas veces son reconocidas explícitamente como parte del patrimonio cultural que demanda atención y protección”. (2004:31)

El esfuerzo por proteger el patrimonio y ampliar la visión que se tenía del mismo, derivó en la elaboración de la *Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural* emitida por la UNESCO en el año de 1972, documento en que se consideran diversos elementos como parte del patrimonio cultural, entre ellos, monumentos, conjuntos y lugares “que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia. (UNESCO, 1972: art. 1)

Como resultado de las reflexiones y discusiones respecto al concepto de patrimonio, se le ha dado importancia desde hace varios años a las expresiones inmateriales de cultura, a tal grado que se han elaborado nuevos textos rectores y recomendaciones sobre la protección y divulgación del patrimonio intangible. Ejemplo de ello es la *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*, aprobada por la UNESCO en año 2003, que define al Patrimonio Cultural Inmaterial como

“los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas –junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes– que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural”. (UNESCO, 2003: art. 2)

Para el caso de México, la UNESCO incluyó en la *Lista representativa del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad*<sup>11</sup> entre otros casos, a “La ceremonia ritual de los Voladores” y “La Pirekua o canto tradicional de los P’urhépechas”, tradiciones que se han transmitido de generación en generación, forman parte sustancial de la identidad de los grupos que las realizan y al paso de los años han adquirido un valor por parte de las comunidades que las practican, independientemente del reconocimiento internacional que puedan tener.

Ahora bien, dentro de la variedad de bienes y nuevos conceptos patrimoniales, me interesa el de los *Itinerarios Culturales*, categoría incluida en el año 2005 en las *Directrices Prácticas para la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial*<sup>12</sup>. La Ruta o Itinerario cultural es una categoría de reciente creación si la comparamos con las zonas arqueológicas o centros históricos y ha sido definida en la *Carta de Itinerarios Culturales*<sup>13</sup> del Comité Científico Internacional de Itinerarios Culturales de ICOMOS como:

“toda vía de comunicación terrestre, acuática o de otro tipo, físicamente determinada y caracterizada por poseer su propia y específica dinámica y funcionalidad histórica al servicio de un fin concreto y determinado” (ICOMOS, 2008:2)

El primer bien patrimonial registrado en esta categoría en el año 2005 fue el Camino de Santiago, inscripción que es resultado de un “proceso de reflexión científica sobre el concepto de Itinerario Cultural generado como consecuencia de la inclusión, en 1993, del Camino de Santiago en la lista de Patrimonio Mundial”. (Tresserras, 2006: 14)<sup>14</sup>

Ahora bien, para que una ruta sea considerada como Itinerario Cultural, según los criterios establecidos por ICOMOS en la Carta de Itinerarios Culturales, debe cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Ser resultado y reflejo de movimientos interactivos de personas, así como de intercambios multidimensionales, continuos y recíprocos de bienes, ideas, conocimientos y valores entre pueblos, países, regiones o continentes, a lo largo de considerables períodos de tiempo.
- b) Haber generado una fecundación múltiple y recíproca, en el espacio y en el tiempo, de las culturas afectadas que se manifiesta tanto en su patrimonio tangible como intangible.
- c) Haber integrado en un sistema dinámico las relaciones históricas y los bienes culturales asociados a su existencia.” (ICOMOS, 2008:2)

Además de estas condiciones, la UNESCO ha señalado diez criterios para inscribir a los diferentes bienes en la lista de Patrimonio Mundial. Los bienes deben tener un valor universal excepcional y cumplir con al menos uno de los criterios. En el caso del Camino Real, se cumplió con el criterio II: “atestiguar un intercambio de valores humanos considerable, durante un periodo concreto o en un área cultural del mundo determinada, en los ámbitos de la arquitectura o de la tecnología, las artes monumentales,



la planificación urbana o la creación de paisajes” y con el criterio IV: “ser un ejemplo sobresaliente de un tipo de construcción, de conjunto arquitectónico o tecnológico, o de paisaje que ilustre uno o varios periodos significativos de la historia de la humanidad”.<sup>15</sup>

Para lograr la declaratoria del Camino Real como patrimonio de la Humanidad, se elaboró un expediente técnico<sup>16</sup> de postulación por parte del Instituto Nacional de Antropología e Historia, documento que muestra que los argumentos principales para la declaratoria fueron el pasado histórico y las obras arquitectónicas que se ubican en esta vía. Se incluyeron entonces en este expediente documentos, mapas antiguos, planos y fotografías de puentes, senderos, haciendas, centros históricos, iglesias, capillas, etc., lugares por donde pasaba el Camino Real y que hasta la fecha se mantienen como testimonio de los flujos de migración y de las actividades comerciales, mineras, agrícolas y ganaderas que se desarrollaron por más de tres siglos a lo largo de esta ruta.

Una de las características que se observan al revisar el expediente, es que en él se incluyeron una serie de lugares y edificaciones que estuvieron vinculadas con el Camino y que muestran la riqueza cultural del mismo. Estos sitios y construcciones, de acuerdo con los *Lineamientos generales del plan de manejo del camino real*,<sup>17</sup> se pueden dividir según su función y arquitectura en los siguientes grupos tipológicos: ciudades, villas de españoles, reales de minas, haciendas, presidios, colegios religiosos, misiones, conventos, hospitales, panteones, puentes, tramos de camino, sitios con pintura rupestre y elementos representativos del paisaje natural o componentes para su estudio y conservación.

Es importante señalar, para su mejor comprensión, que el Camino Real va más allá de las fronteras políticas actuales de México, ya que se adentra al actual territorio de Estados Unidos, por lo que es necesario que su estudio, conservación y divulgación considere la variedad de construcciones que hay en su trayecto y contemple las acciones que en materia de política cultural desarrollan ambos países. Aunado a ello, no se debe perder de vista que los distintos sitios incluidos en el expediente solamente corresponden a México y están físicamente alejados unos de otros, lo que nos muestra que este Itinerario Cultural, más que ser una línea continua de territorio –llegó a medir alrededor de 2,600 kilómetros desde la ciudad de México hasta Santa Fe, en Estado Unidos–, es una lista de lugares más o menos dispersos en el espacio mexicano que van desde el centro histórico de la Ciudad de México hasta Valle de Allende, en Chihuahua, pasando por algunos puntos de los estados de México, Hidalgo, Querétaro, Guanajuato, Jalisco, Aguascalientes, Zacatecas, San Luis Potosí y Durango, siendo este último el estado que más bienes incluyó en la lista con 19, de los 60 que forman el total de sitios registrados.<sup>18</sup>

Es preciso mencionar también que varios de los lugares vinculados con el Camino Real ya habían sido declarados como patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, siendo estos los centros históricos de la ciudad de México, Querétaro, Guanajuato, San Miguel de Allende y Zacatecas<sup>19</sup>, lugares que anteriormente habían sido inscritos en la “Lista de Patrimonio Mundial” bajo los criterios II y IV en la categoría de Ciudad Histórica, lo que nos muestra que la declaratoria del Camino vino a reafirmar el importante papel que jugaron estos lugares en el desarrollo histórico del norte de la Nueva España, aunque también, dicho documento refleja que se aprovechó el reconocimiento patrimonial de los centros históricos antes citados para argumentar a favor del Camino Real como bien patrimonial.

### 3. Problemas y propuestas de gestión del Camino Real en el estado de Guanajuato.

Al analizar la lista de bienes incluidos en la declaratoria patrimonial del Camino Real, se puede ver un desequilibrio respecto al número de sitios que cada estado de la república incluyó en el documento. Por ejemplo, del estado Chihuahua, el más extenso del país y el que tenía el mayor tramo de esta ruta, sólo se incluyó un sitio –Valle de Allende– mientras que del estado de Durango se incluyeron 19.

Esta diferencia se explica en parte porque no todos los lugares y construcciones cuentan con las condiciones de conservación mínimas para incluirlos en la lista de bienes, además, considero que esta disparidad se debe a que no todos los centros INAH que trabajaron en la elaboración de este expediente participaron de forma coordinada, ya que se nota que por parte de Zacatecas y Durango hubo un mayor interés por incluir sitios de sus jurisdicciones políticas en la declaratoria, mientras que de otras entidades como Guanajuato solo se incluyeron tres puentes, un hospital en San Miguel de Allende –cuyo edificio es ahora es una escuela primaria– y dos centros históricos que ya eran considerados patrimonio para la UNESCO. En este caso, llama la atención que no se incorporaron algunos sitios y construcciones que estuvieron directamente relacionados con el Camino Real, como los centros históricos de las ciudades de Dolores Hidalgo y San Felipe, así como el casco de la hacienda y la iglesia de la Quemada, ubicados

en San Felipe y cuya historia es compartida con la del puente del mismo lugar que sí se incluyó en la declaratoria. (Imagen 1, 2 y 3)

### Imagen 1: Puente de la Quemada



Fotografía del autor: Octubre de 2013

### Imagen 2: Iglesia de San José de la Quemada



Fotografía del autor: Octubre de 2013

### Imagen 3: Hacienda de la Quemada



Fotografía del autor: Octubre de 2013

### Imagen 4. El Puente del Fraile



Fotografía del autor: Noviembre de 2014.

La hacienda e iglesia se encuentran en óptimas condiciones de conservación y siguen teniendo las mismas funciones para las que fueron construidas. La primera es habitada por sus dueños y la segunda está en uso, incluso es sede de la parroquia del lugar, sin embargo, a pesar de compartir una historia en común con el puente y formar parte del mismo conjunto arquitectónico, no se les incluyó en el expediente por lo que no cuentan con la protección y divulgación que otorgó el reconocimiento de la UNESCO.

El hecho de separar este conjunto arquitectónico dejó fuera de las medidas de protección a la hacienda y la iglesia del lugar y desafortunadamente, el puente también se encuentra en situación de abandono por parte de las autoridades y la sociedad. Dicha construcción está desgastada en su base a causa de la erosión que provoca la corriente de agua, además, por él circulan camiones de carga de materiales para construcción y autobuses de pasajeros, transportes cuyo peso excesivo afecta la estructura del puente; igualmente, no se le da mantenimiento por parte de autoridades locales o estatales<sup>20</sup> dejando que este elemento arquitectónico se deteriore al paso de los años.

Situación similar presenta el puente del Fraile, ubicado en San Miguel de Allende, que también fue incluido en la declaratoria (Imagen 4). Esta construcción está en buenas condiciones de conservación y ya no circulan por él autos o camiones, sin embargo, en el mes de noviembre de 2014 pude observar que había mucha basura a su alrededor depositada por personas que acuden al lugar a pasear. Además, no hay señales que indiquen su ubicación o que aporten alguna información sobre su historia y funcionamiento como parte del Camino Real.

Retomando el caso de la iglesia y hacienda de la Quemada, su exclusión muestra lo difícil y arbitrario que puede ser la selección de sitios y construcciones, ya que no necesariamente siguieron los mismos criterios las entidades que participaron en la elaboración del documento de postulación. Por ejemplo, cabe preguntarse porqué de los estados de Jalisco, Aguascalientes y Zacatecas si se registraron haciendas y templos mientras que de Guanajuato no. La explicación puede estar en el valor que el INAH le dio a cada edificación así como a las condiciones de conservación que cada construcción presenta actualmente.

Por ejemplo, la hacienda de la Erre, ubicada en Dolores Hidalgo, formó parte sustancial del Camino Real y fue un lugar de abasto y descanso para los comerciantes y demás personas que transitaban por la región. Esta hacienda fue un punto de descanso en la ruta que Miguel Hidalgo siguió cuando inició la Guerra de Independencia, lo que le da un mayor interés al lugar desde el punto de vista de la historia oficial. A pesar de ello, actualmente esta hacienda se encuentra en ruinas, su techo se ha venido abajo y sus paredes están a punto de caer, situación que se tomó en cuenta para no incluirla en la lista de bienes que formaron el expediente.

Además del deterioro causado por la falta de mantenimiento y abandono de este tipo de fincas, hay otros problemas de carácter general que influyen en el desconocimiento que se tiene del Camino Real en el norte de Guanajuato. Uno de ellos es la falta de señalamientos en las carreteras y en los caminos rurales actuales que indiquen la ubicación de esta ruta o que informen acerca de la historia de las construcciones relacionadas con ella. Otro, es la poca divulgación que se hace de este tema entre las escuelas y prestadores de servicios turísticos de la región, incluso, no forma parte de los contenidos de los textos de historia locales ni de las guías turísticas e informativas que se ofrecen a los visitantes de la zona, ya que la atención se enfoca en promover los centros históricos de San Miguel de Allende y Guanajuato así como la historia de la Guerra de Independencia, dejando de lado otros pasajes importantes de la historia regional.

Así pues, debe tenerse en cuenta la nula divulgación que se hace de la historia del Camino Real por parte de las autoridades educativas y de gobierno entre los pobladores de la región, quienes son los principales usuarios y herederos de este patrimonio. Desafortunadamente, muchos habitantes de las comunidades como la Quemada desconocen que por este sitio pasaba el Camino Real, incluso, no saben de la declaratoria de la UNESCO, por lo que es necesario hacer labores de divulgación con el fin de que conozcan la información de este documento y las medidas que se deben tomar para la conservación de los bienes incluidos en él.

Teniendo en cuenta este tipo de problemas, considero pertinente señalar algunas medidas que se pueden llevar a cabo para difundir, entre los pobladores de la región, la historia del Camino Real y del norte de Guanajuato en general, buscando con ello que los habitantes de esta zona conozcan e identifiquen los bienes patrimoniales que ellos mismos consideran valiosos, independientemente de si hay o no una declaración de por medio.

Entre estas acciones, una que es básica es hacer un inventario de los bienes patrimoniales del Camino Real, conocer su ubicación, su funcionamiento y sus condiciones de conservación. Se pueden hacer *Indicadores de Referencia* aplicados al campo del patrimonio, en este caso, a los bienes del Camino Real. Así, como señala Celia Martínez:

los fines fundamentales del seguimiento de indicadores en el campo del patrimonio cultural son mejorar la gestión de los bienes y la toma de decisiones respecto a los mismos, prevenir su futura degradación –mejorando su mantenimiento continuo y su conservación a largo plazo–, reconocer los cambios acaecidos

a lo largo del tiempo y adaptar el patrimonio a sus posibles nuevas demandas al tiempo que se preservan sus valores e importancia (2011: 60).

Otra medida que se puede implementar es trabajar en conjunto con las escuelas de la localidad para incluir en los planes de estudio temas de historia regional, incluido el del Camino Real. Considero que en la medida en que los niños y jóvenes conozcan su herencia cultural podrán identificarse con ella, conservarla y valorarla. Además, como parte de las estrategias educativas se pueden hacer recorridos por los tramos del camino y dar clases en los mismos sitios vinculados con la ruta y con la historia del lugar. Por ejemplo, se puede hablar de la producción agrícola y ganadera de la zona tomando como muestra alguna hacienda; también se puede ahondar en la historia de las técnicas constructivas e hidráulicas, ya que algunas de las haciendas de la región estaban cerca de algún río o tenían acequias, bordos, acueductos y presas para almacenar el agua y destinarla a las labores agrícolas y ganaderas.

Otra posibilidad es colocar señalética que oriente a quienes tengan interés en recorrer los tramos del camino que aún quedan en la región. Las señales también pueden colocarse en las haciendas, puentes y poblados de la zona y contener datos históricos de los sitios, fotografías, imágenes y mapas.

Una opción más es trabajar con los prestadores de servicios turísticos de la localidad, ya que el Camino presenta oportunidades para el turismo de aventura, el senderismo y el ciclismo de montaña. Este tipo de actividades ya se desarrollan en la región, pero son pocos los prestadores de servicios que explotan esta posibilidad, ya que la atención del turista está en las ciudades de San Miguel Allende y Guanajuato. Aunado a ello, se puede vincular el turismo con las labores educativas en tanto las mismas haciendas, puentes y construcciones pueden considerarse como museos y como recursos pedagógicos para que el turista y el habitante de la zona conozca la historia regional.

#### 4. Conclusiones

Como se ha podido ver, el Camino Real de Tierra Adentro ha sido tema de estudio y reflexión principalmente para historiadores, quienes han buscado, desde su disciplina, testimonios del pasado –arqueológicos, arquitectónicos, documentales– que les permitan conocer más acerca de los poblados que caminaron por esta ruta, que se refugiaron en cuevas y montañas y que construyeron puentes, haciendas, presidios, reales mineros, pueblos y villas, puntos de encuentro e interacción que dieron forma a la sociedad del norte de México y el sur de Estados Unidos.

Finalmente, es necesario insistir en que el estudio del Camino Real va más allá del punto de vista histórico, es decir, aunque parece ser tema sólo para estudiosos del pasado, el Camino también puede importar a antropólogos, arquitectos, lingüistas, gestores del patrimonio, prestadores de servicios turísticos y personas interesadas en conocer las tradiciones gastronómicas, ganaderas o religiosas del norte del país, ya que las sociedades que construyeron esta ruta –soldados, evangelizadores, indígenas, ganaderos, mineros, arrieros, comerciantes y colonizadores– dejaron una herencia cultural que aún se manifiesta en elementos como la vestimenta, los alimentos, las prácticas religiosas, la lengua, la música y las tradiciones ganaderas del norte del país.

#### Bibliografía

Álvarez, Salvador

2000. "Colonización agrícola y colonización minera: la región de Chihuahua durante la primera mitad del siglo XVIII". En Salvador Bernabeu (ed.), *El septentrión novohispano: Ecohistoria, sociedades e imágenes de frontera* (pp. 73-108). Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

Avilés, María Rosa y Rosa Brambila Paz

2000. "La puerta del Camino a Tierra Adentro. En busca de evidencias materiales". En Chantal Cra-maussel (ed.), *Rutas de la Nueva España* (pp. 329-338). Zamora, México: El Colegio de Michoacán.

Bonfil Batalla, Guillermo

2003. "Nuestro patrimonio cultural, un laberinto de significados". En Enrique Florescano (coord.), *El Patrimonio Nacional de México*, vol. I, (pp. 28-56). México: CONACULTA/Fondo de Cultural Económica.

Carot, Patricia y Marie-Areti Hers

2011. "Imágenes de la serpiente a lo largo del antiguo Camino Real de Tierra Adentro". En Carlo Bonfiglioli *et al.* (coords.), *Las vías del noroeste. Genealogías, transversalidades y convergencias*, vol. III, (pp. 139-179). México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Cramaussel, Chantal (ed.)

2006. *Rutas de la Nueva España*. Zamora, México: El Colegio de Michoacán.

Cramaussel, Chantal

2006. "El Camino Real de Tierra Adentro. De México a Santa Fe". En Chantal Cramaussel (ed.), *Rutas de la Nueva España* (pp. 299-327). Zamora, México: El Colegio de Michoacán.

Cramaussel, Chantal

2006. *Poblar la frontera. La provincia de Santa Bárbara en Nueva Vizcaya durante los siglos XVI y XVII*. Zamora, México: El Colegio de Michoacán.

Cramaussel, Chantal

2011. "Una columna para el norte novohispano". En Enrique Servín (ed.), *El Camino Real de Tierra Adentro* (pp. 53-73). México: Grupo Cementos de Chihuahua/Ceiba Arte Editorial.

Cramaussel, Chantal

2011b. "Las epidemias también circulaban por el camino real". En Enrique Servín (ed.), *El Camino Real de Tierra Adentro* (pp. 76-77). México: Grupo Cementos de Chihuahua/Ceiba Arte Editorial.

Hendricks, Rick

2000. "The Camino Real at the Pass: Economy and Political Structure of the Paso del Norte Area in the Eighteenth Century". En José de la Cruz Pacheco y Joseph Sánchez (coords.), *Memorias del Coloquio Internacional El Camino Real de Tierra Adentro* (pp. 125-141). México: Conaculta/Instituto Nacional de Antropología e Historia.

Hernández Ramírez, Javier

2011. "Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales". En *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 9 n°2: pp. 225-236.

Hers, Marie-Areti

2011. "Las rutas ancestrales del mundo indígena". En Enrique Servín (ed.), *El Camino Real de Tierra Adentro* (pp. 20-43). México: Grupo Cementos de Chihuahua/Ceiba Arte Editorial.

International Council on Monuments and Sites (ICOMOS)

2008. *Carta de Itinerarios Culturales*. Quebec. Consultada el 6 de agosto de 2014. [http://www.international.icomos.org/charters/culturalroutes\\_sp.pdf](http://www.international.icomos.org/charters/culturalroutes_sp.pdf)

Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH)

2012. *Plan de Manejo y Gestión del Camino Real de Tierra Adentro, Lineamientos Generales*. México: INAH/Conferencia Nacional de Gobernadores.

Martínez, Celia

2011. "Indicadores para el monitoreo del estado de conservación de Itinerarios Culturales". En Francisco Javier López Morales y Francisco Vidargas (eds.) *Itinerarios culturales, planes de manejo y turismo sustentable* (pp. 59-84). México: INAH.

Moorhead, Max L.

1995. *New Mexico's Royal Road. Trade and Travel on the Chihuahua Trail*. Oklahoma: University of Oklahoma Press.

Moorhead, Max L.

2004. *El presidio*. Chihuahua, México: Secretaría de Desarrollo Comercial y Turismo.

Powell, Phillip W.

1952. *Soldiers, Indian and Silver*. Berkeley: University of California Press.

Powell, Phillip W.

1985. *La Guerra Chichimeca (1550-1600)*. México: Fondo de Cultura Económica.

Powell, Phillip W.

1987. "Génesis del presidio como institución fronteriza, 1569-1600", En *Estudios de Historia Novohispana*, vol. 9: pp. 19-36.

Reyes, Aurelio de los.

1991. *Los caminos de la plata*. México: Gobierno del estado de Zacatecas/Patronato de Minería Cinco Siglos en México/Universidad Iberoamericana.

Román Gutiérrez, José Francisco

2013. "El Camino Real de Tierra Adentro y el Tercer Concilio Provincial Mexicano", En Andrés Lira *et al* (eds.), *Derecho, política y sociedad en Nueva España a la luz del Tercer Concilio Provincial Mexicano (1585)* (pp. 275-303). México: El Colegio de Michoacán/El Colegio de México.

Santa María, fray Guillermo de.

2003. *Guerra de los chichimecas (México 1575-Zirosto 1580)*. Zamora, México: El Colegio de Michoacán/ Universidad de Guadalajara/El Colegio de San Luis.

Servín, Enrique

2011. *El Camino Real de Tierra Adentro*. México: Grupo Cementos de Chihuahua/Ceiba Arte Editorial. Tresserras, Jordi.

2006. "Rutas e itinerarios culturales en Iberoamérica". En *Cuadernos del Patrimonio Cultural y Turismo*, vol. 15: 13-56.

UNESCO

1972. *Convención para la protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural*, Paris. Consultada el 6 de agosto de 2014. <http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>

UNESCO

2003. *Convención para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*. Paris. Consultada el 6 de agosto de 2014. <http://unesdoc.unesco.org/Images/0013/001325/132540s.pdf>

Weber, David

2000. "La idea de las Spanish Borderlands". En Salvador Bernabeu (ed.), *El septentrión novohispano: Ecohistoria, sociedades e imágenes de frontera* (pp. 177-196). Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

## Notas

- <sup>1</sup> La primera edición en español la publicó el Fondo de Cultura Económica en 1977, con el título *La Guerra Chichimeca, (1550-1600)*. Utilizo la reimpresión de 1985.
- <sup>2</sup> Apareció originalmente en inglés con el título "Génesis of the Frontier Presidio in North America, en: *The Western Historical Quarterly*. Abril, 1982, XIII, n. 2. Se publicó en México en 1987 con el título "Génesis del presidio como institución fronteriza, 1569-1600" (Powell, 1987: 19-36).
- <sup>3</sup> Para describir las costumbres de los grupos chichimecas, Powell se basó en un texto conocido como *Guerra de los Chichimecas*, escrito por el fraile agustino Guillermo de Santa María pero atribuido al capitán Gonzalo de las Casas. Santa María evangelizó en la zona de Pénjamo y San Felipe, por lo que conocía las costumbres y territorio de los Guamares y Guachichiles (Santa María, 2003: 206-208)
- <sup>4</sup> Este artículo, como la autora lo señala, está basado en otro que publicó con el título "De la Nueva Galicia al Nuevo México por el camino real de tierra adentro", publicado en: Salvador Bernabeu (ed) *El septentrión novohispano. Ecohistoria, sociedades e imágenes de frontera*. Madrid, CSIC, 2000, PP. 39-73.
- <sup>5</sup> Aún en la actualidad los llanos de San Felipe se anegan en época de lluvia, a pesar de las obras de infraestructura hidráulica de la zona como bordos y canales en los que se almacena y transporta el agua con fines agrícolas y ganaderos.
- <sup>6</sup> Sobre este tema puede verse además el trabajo de Carot y Hers (2011:139-179) quienes estudian las imágenes de la serpiente a lo largo de la Sierra Madre Occidental.
- <sup>7</sup> Los datos completos pueden verse en la bibliografía final. No incluí la reseña de estas obras ya que no es mi objetivo hacer un análisis historiográfico del tema, sino señalar algunos de los puntos de vista desde los cuales se ha estudiado esta ruta.
- <sup>8</sup> El ICOMOS es el Consejo Internacional de Museos y Sitios. Es un organismo "A" de la UNESCO que se ocupa de la conservación de monumentos, conjuntos y sitios de interés arqueológico, histórico o artístico. <http://www.icomos.org.mx/2012/index.php> Consultado el 6 de septiembre de 2014.
- <sup>9</sup> Al respecto, puede verse el programa Memoria del Mundo de la UNESCO, que tiene entre sus objetivos la protección y el acceso universal al patrimonio documental. Entre los bienes considerados en este programa están bibliotecas, documentos de archivo, mapas, códices y filmes. La lista de bienes inscritos así como el texto de dicho programa puede verse en la siguiente dirección: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001256/125637s.pdf>. Consultada el 2 de septiembre de 2014.
- <sup>10</sup> La UNESCO ha reconocido la importancia y vulnerabilidad de este patrimonio mediante la promulgación de la *Convención de sobre la protección del patrimonio cultural subacuático*, en el año 2001. El texto puede verse en la siguiente dirección: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/underwater-cultural-heritage/2001-convention/official-text/> Consultado el 2 de septiembre de 2014.
- <sup>11</sup> La Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad puede verse en: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00107> Consultada el 8 de agosto de 2014.
- <sup>12</sup> El texto puede verse en: <http://whc.unesco.org/archive/opguide05-es.pdf>. Consultado el 8 de agosto de 2014.
- <sup>13</sup> Este documento fue elaborado por el Comité Científico Internacional de Itinerarios Culturales del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS). Puede verse en: [www.international.icomos.org/charters/culturalroutes\\_sp.pdf](http://www.international.icomos.org/charters/culturalroutes_sp.pdf). Consultado el 9 de agosto de 2014.

- <sup>14</sup> Un panorama general de la discusión alrededor del concepto de Itinerario Cultural puede verse en Tresserras (2006), donde estudia este concepto tomando como ejemplo las rutas e itinerarios culturales en Iberoamérica. Debe verse también el trabajo de Javier Hernández, *Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales*, donde estudia la proliferación de rutas turísticas tomado como ejemplo el caso de Perú, además, señala que se privilegia el contenido histórico de este tipo de bienes en detrimento del patrimonio etnológico y ecológico que quedan subordinados a los elementos históricos de la ruta (Hernández, 2011:229).
- <sup>15</sup> Los criterios, las categorías, los sitios y bienes inscritos por parte de México en la Lista de Patrimonio Mundial pueden verse en la siguiente dirección: <http://www.patrimonio-mexico.inah.gob.mx/> Consultada el 7 de agosto de 2014.
- <sup>16</sup> El expediente técnico puede verse en la siguiente dirección: <http://whc.unesco.org/uploads/nominations/1351.pdf>. Consultado el 10 de marzo de 2014.
- <sup>17</sup> El documento que contiene los *Lineamientos Generales del Plan de Manejo del Camino Real de Tierra Adentro*, publicado en el año 2012, es complementario del Expediente Técnico de inscripción de este bien en la lista de Patrimonio Mundial. Fue elaborado por el INAH con el objetivo de orientar las acciones que se deben seguir para el manejo y gestión de los bienes que componen el Camino Real. Es necesario señalar que este documento no es el Plan de Manejo sino que es una propuesta para elaborar dicho plan.
- <sup>18</sup> Del Distrito Federal se incluyó un sitio, del estado de México 4, de Hidalgo 2, de Querétaro 4, de Guanajuato 6, de Jalisco 5, Aguascalientes 4, de Zacatecas 12, de San Luis Potosí 1, de Durango 19 y finalmente de Chihuahua 1. El documento incluye entre otros datos la reseña histórica de cada lugar, las coordenadas geográficas –latitud, longitud y altitud– de los sitios, fotografías, copias de documentos y mapas antiguos, así como un mapa actualizado de la ubicación para cada lugar, incluyendo su zona de amortiguamiento y una imagen aérea del mismo.
- <sup>19</sup> Los años de inscripción son los siguientes: Centro histórico de la ciudad de México, 1987; Guanajuato, 1988; Zacatecas, 1993; Querétaro, 1996; San Miguel de Allende, 2007.
- <sup>20</sup> Estos problemas los he observado desde el año 2013, cuando empecé a hacer recorridos por la región y entrevistas con pobladores de la zona, quienes señalan la poca atención que tiene este puente por parte de autoridades locales o estatales.

*Recibido:* 11/08/2015  
*Reenviado:* 09/01/2016  
*Aceptado:* 13/01/2016  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*



## Quando a face da cultura aparece: um estudo sobre a rede de relações institucionais para a formatação das políticas públicas de cultura no município de Parnaíba – PI

**Fernanda Araújo Nunes\* Anette Santiago Pereira\*\***

---

**Resumo:** O presente estudo parte da reflexão sobre a implantação de políticas públicas de cultura no município de Parnaíba. Teve como objetivo identificar a configuração da rede de relações institucionais para a formatação das políticas públicas de cultura no município de Parnaíba – PI. O estudo, de cunho qualitativo, teve como sujeitos da pesquisa atores organizacionais governamentais e não-governamentais envolvidos na área cultural do município. Como instrumentos de coleta de dados foram utilizados entrevista semiestruturada e observação. Como método de análise fez-se uso da análise de conteúdo. Diante dos resultados, verificou-se que não existe política pública de cultura no município, mas a integração dos atores para construí-la. Para que a política seja consolidada, faz-se necessária uma melhor articulação que culmine na implantação de um eficiente Conselho Municipal de Cultura, o qual encontra-se no âmbito de discussões em debates, fóruns e conferências.

**Palavras-chave:** Política Pública de Cultura; Participação Social; Rede de relações Institucionais; Campo de Cultura; Integração.

---

**When the face of culture appear: a study on the network institutional relations for formatting policy public culture in the city of Parnaíba - PI.**

**Abstract:** This study derives from the reflection on the implementation of public policies of culture in the municipality of Parnaíba. It is aimed to identify the configuration of the network of institutional relations for formatting public policies of culture in the city of Parnaíba - PI. The study, of qualitative nature, had as research subjects governmental and non-governmental organizational actors involved in the cultural area of the city. As data collection instruments, semi-structured interview and observation were used. As the analysis method, it was made use of content analysis. Given the results, it was found that there is no public policy of culture in the city, but the integration of the actors to build it. In order to consolidate the policy, it is necessary getting a better coordination, culminating in the implementation of an efficient Municipal Council of Culture, which is under discussion in debates, forums and conferences.

**Keywords:** Public Policy of Culture; Social participation; Institutional Relations Network; Field Culture; Integration.

---

### 1. Introdução

O Brasil é constituído por uma diversidade cultural formada a partir de um processo histórico e cultural nacional. A Cultura ganha espaço no cenário político brasileiro a partir da década de 80 com a criação do Ministério da Cultura, embora desde a ‘revolução de 1930’, o Estado tenha realizado um conjunto de intervenções sistemáticas nesta área, o que repercutiu-se em práticas, legislações, organizações e instituições voltadas para este fim (Oliveira, 2012).

Tradicionalmente, as políticas públicas mais discutidas no Brasil se referem à educação, saúde, indústria e segurança. A partir dos anos 80 a política pública de cultura tornou-se pauta de discussão

---

\* nandaphb1@yahoo.com.br

\*\* anesanti@hotmail.com

tanto em encontros realizados pelos atores governamentais como também em reuniões de atores não-governamentais (Oliveira, Viana e Braga, 2010).

A política pública constitui-se como um campo de ações do governo que age em benefício da população, com a participação desta, no que diz respeito às questões públicas, neste caso uma política Pública Estatal (Lima, 2012).

As políticas de cultura devem apresentar-se articuladas às demais políticas de desenvolvimento de uma nação e serem destinadas ao fomento da cultura local e de atividades culturais, beneficiando a sociedade em geral.

Considerando-se o conceito de política, pode-se dizer que a contribuição prática desta pesquisa versa discutir a estrutura institucional da política pública de cultura na cidade de Parnaíba/PI, possibilitando a compreensão de seu processo de criação.

Tal faz-se relevante para os estudos do turismo, especialmente dentro da área geográfica de abrangência, o litoral do Estado do Piauí, cujo fluxo turístico está vinculado à sua paisagem cultural, a qual integra os principais roteiros turísticos da Região, entre eles a Rota das Emoções. No contexto de gestão pública desta região, turismo e cultura encontram-se intimamente relacionados, devendo ser pensados conjuntamente.

A riqueza cultural do Piauí se apresenta através de manifestações e bens materiais. Parnaíba é considerada a segunda cidade mais populosa do estado do Piauí, ficando atrás apenas da capital Teresina (IBGE, 2007).

Este artigo tem como objetivo identificar a configuração da rede de relações institucionais para a formação das políticas públicas de cultura no município de Parnaíba – PI. O alcance deste objetivo se deu a partir da definição de quatro outros objetivos específicos: investigar a existência de uma política pública de cultura no Município de Parnaíba; inventariar as instâncias de governança formais para o debate das ações de cultura do Município de Parnaíba; delimitar os agentes participantes dos debates de cultura nas instâncias de Governança de Parnaíba; e, descrever o papel de cada agente inserido na rede.

A investigação dos referidos objetivos preserva o foco nas questões políticas voltadas ao atendimento das demandas de uma coletividade, no interesse público, considerando a participação no processo de discussão política da União dos Estados e dos Municípios, representados pelo Poder Público, assim como da iniciativa privada e da Sociedade Civil Organizada, sendo estas denominadas instituições não-governamentais.

As respostas aos objetivos supracitados encontram-se distribuídas ao longo da estrutura deste artigo, a qual está subdividida em seis capítulos. Os três primeiros capítulos retratam uma abordagem teórica, delimitando os principais conceitos que permeiam os termos Política, Cultura, redes, assim como um apanhado histórico sobre a política pública de Cultura no Brasil. São estes, respetivamente, cultura e política: delineando conceitos; política pública de cultura no Brasil e participação; e, redes de relações institucionais na gestão da cultura. O quarto capítulo refere-se à Metodologia do Trabalho Empírico, o qual apresenta os métodos e técnicas empregadas para o desenvolvimento da pesquisa. O quinto capítulo apresenta as análises dos indicadores de investigação definidos nos objetivos específicos propostos, e sinalizados no Quadro 1, exposto no capítulo de Metodologia. Este, denominou-se Redes de Relações Institucionais para a Formação de uma Política Pública de Cultura no Município de Parnaíba/PI. Por fim, o sexto e último capítulo é conclusivo para este trabalho, dispondo as considerações finais que permitiram atingir o objetivo geral proposto pela pesquisa.

## **2. Cultura e política: delineando os conceitos**

Entender o processo histórico de uma sociedade é remeter à compreensão do termo cultura. Tylor (1971) é um dos primeiros teóricos do século XIX a delinear o conceito de cultura como conjunto de crenças, costume e valores, tudo que envolvia a capacidade do ser humano em produzir. A cultura surgiu, então, a partir de um aprendizado informal que advém de padrões de comportamento humano e faz parte de uma herança cultural.

Considera-se que os aspectos sociais, culturais, psicológicos e políticos do ser humano contribuem para a formação da identidade e para uma sociedade diversificada. Numa concepção humanista, a herança cultural deixada pelos europeus, africanos e indígenas revela a formação da identidade nacional brasileira pelo seu modo de vida, diversidade e criatividade, bem como a troca de valores e conhecimentos.

Pode-se dizer que a cultura não está arraigada somente a um processo histórico de colonização, mas ao conceito de desenvolvimento. A cultura constitui-se de fatores que contribuem para formação do ser humano

o qual adquire valores e padrões morais de comportamento. O ser humano está em um contínuo processo de **mutação cultural**, desconstruindo a ideia de uma sociedade humanista com valores construídos, e, deixando-se influenciar por novos canais imediatistas de difusão da informação, dentre eles a mídia.

O conceito de cultura pode ser revisitado a partir das perspectivas filosófica, antropológica e sociológica. Filosoficamente o conceito de cultura é a própria existência humana.

*“Cultura, na ótica filosófica, é a forma própria e específica da existência humana no mundo. É nossa própria existência fenomenolizada, ou seja, um processo histórico permanente e inevitável, em que o ser humano tanto representa o sujeito produtivo como o objeto produzido. Em suma, os homens são seres culturais por natureza.” (Vannucchi, 2002: 23).*

A cultura, no sentido filosófico, é todo ato produzido pela humanidade como seu modo de viver, suas necessidades, mudanças e reações, criação de valores e abrange os aspectos espirituais e materiais (Botelho, 2001). Neste sentido, a humanidade inserida na natureza produz cultura e a cultura, conseqüentemente, transforma a natureza.

A definição da palavra cultura pode entendida ainda de modo sociológico e antropológico. De acordo com Botelho (2001) cultura pode ser evidenciada em duas dimensões que estão diretamente ligadas aos aspectos políticos e culturais.

Na primeira dimensão, sob a visão antropológica, a cultura está relacionada ao comportamento social. Ao que torna a humanidade diversificada. Para Botelho (2001), a interação existente entre variadas culturas constitui-se de fatores que contribuem para formação do ser humano, o qual adquire valores e ocorre a partir de um processo de construção de identidade, preservando as especificidades culturais, respeitando a pluralidade e as necessidades de cada ser.

Por sua vez, na dimensão da sociologia, a definição de cultura é mais ampla, pois abrange todos os aspectos fundamentais da existência humana principalmente os políticos e sociais (Botelho, 2001:5).

Dentro desta linha de raciocínio a política pública de cultura *“É a ação do poder público ancorado em operações, princípios e procedimentos administrativos e orçamentários. Esta política é orientada para melhorar a qualidade de vida da população através de atividades culturais, artísticas, sociais e recreativas, proporcionando à mesma o acesso aos bens culturais. Trata-se de uma ação voltada para todo o município e não somente para alguns segmentos da sociedade.” (IBGE, 2007: 253).*

Sousa (2006) ressalta que a política pública de cultura numa visão holística opera nos diversos aspectos sociais e econômicos, visto que são esses os grandes responsáveis pelo desenvolvimento da coletividade.

As políticas de cultura devem apresentar-se articuladas às demais políticas de desenvolvimento de uma nação e devem ser destinadas ao fomento da cultura local e de atividades culturais, beneficiando a sociedade em geral.

Observa-se então que a prática de atividades culturais é um potencial e merece destaque ao olhar dos governantes, principalmente porque *“nos discursos e nos documentos, suas intenções são ótimas: democratizar a cultura, respeitar os valores populares, defender o patrimônio histórico e artístico, ressaltar sempre a identidade nacional.” (Vannucchi, 2002: 90).*

Consciente de que cultura é produção e que essa produção pode gerar riqueza para o Brasil, faz-se necessário que a implantação e execução de ações do governo faça parte da realidade brasileira. Para haver transformação na área cultural é necessário que se coloque em prática as decisões tomadas pelo ator governamental para, a partir disso, executar as ações e promover as transformações necessárias à realidade cultural brasileira.

### **3. Política pública de cultura no Brasil e Participação**

A política pública de cultura exposta numa ordem cronológica dos fatos revela-se com a chegada dos colonizadores. No Brasil surgiu como um processo de aculturação que prevalece até os dias de hoje.

A família real portuguesa quando chegou ao Brasil, em 1808, trouxe uma mudança significativa no âmbito cultural. A coroa e sua corte instaladas no Rio de Janeiro sentiram a necessidade de tornarem-se reconhecidas pelo seu poder.

A política cultural é marcada por três períodos históricos referentes à república brasileira: a república Getulista conhecida como Estado Novo (1934 - 1945), a ditadura militar (1964 - 1985) e a redemocratização da sociedade brasileira tendo como marco histórico a criação do Ministério da Cultura em 1985 e a publicação da Constituição Brasileira em 1988.

Carvalho (2009) aborda que o Estado Novo foi marcado pelo autoritarismo e o populismo sob a gestão do Getúlio Vargas em 1934. Revela ainda uma nova fase da política cultural no Brasil. Foi nesse período que se fortaleceu uma política econômica deixando-se de lado a participação democrática da maioria da população.

Com o Golpe de Estado (1937), fecha-se o Congresso Nacional e são proibidos os partidos políticos. Nesse tempo, tudo fica submetido ao poder centralizador que pela forte repressão reduziu as disputas políticas eliminando os opositores do governo.

*“É criada uma estrutura institucional de promoção de políticas públicas para a cultura como o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - SPHAN antecessor do atual Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN e diversos institutos nacionais para as artes.” (Carvalho, 2009: 21).*

A cultura foi importante para a construção de estratégias de Estado no campo político. A república getulista marcou significativamente a perspectiva cultural, com a criação do “Ministério dos Negócios da Educação e Saúde Pública, o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional e diversos institutos nacionais para as artes”. (Carvalho, 2009: 22).

Por sua vez, o período da ditadura militar (1964 - 1985) foi marcado pela relação autoritária do Estado com a sociedade e pela repressão às iniciativas de participação crítica.

Foi também neste período que ocorreram as transformações das políticas públicas para a cultura no Brasil. Iniciava-se uma nova fase da política de cultura no país. Surgiram entidades como o Conselho Federal de Cultura (1966), a Embrafilme (1969), o Departamento de Assuntos Culturais do MEC (1972), o Programa de Ação Cultural (1973) e a Funarte (1975) (Vannucchi, 2002).

Em 1975, o Centro Nacional de Referência Cultural separa as áreas da educação e da cultura. Estabelecendo, nesse contexto dedicação exclusiva à cultura e colocando-se em pauta discussões e necessidades da política no âmbito nacional de cultura.

É um marco histórico para as políticas de cultura, pois se registra nessa época, pela primeira vez no governo, temas de relevância cultural discutidos e elaborados em seminários e debates culturais (Carvalho, 2009).

Se firmava um governo ainda centralizador. Apesar da proposta de promoção do setor cultural com desenvolvimento e formação de uma imagem de identidade nacional eram latentes as desigualdades econômicas e sociais em todo o país.

Deslocavam-se as necessidades da maioria da população e esta continuava excluída das decisões tomadas pelos órgãos públicos no que se referia à cultura (Carvalho, 2009).

Com a crise do regime militar associada à redemocratização é promulgada a primeira lei federal de incentivos fiscais que beneficiava a cultura, conhecida como Lei Sarney - Lei 7.505 de 02 de julho de 1986 – (Brasil, 2013a) em homenagem ao presidente do Brasil na época. A lei buscava atrair, através de investimentos privados o financiamento para a cultura mediante isenção fiscal, trazendo a tona o liberalismo da gestão da cultura.

Ainda na década de 80, há a criação do Ministério da Cultura que teve como ministro Celso Furtado. A criação do Ministério provocou autonomia e maior importância para a área cultural. Antes era vista em conjunto com a educação.

A criação Ministério da Cultura (1985) foi fundamental para o desenvolvimento da cultura no Brasil, pois através dele, ações voltadas exclusivamente para a cultura foram desenvolvidas. *“O Minc desenvolve políticas de fomento e incentivo nas áreas de letras, artes, folclore e nas diversas formas de expressão da cultura nacional, bem como preserva o patrimônio histórico, arqueológico, artístico e nacional”.* (Brasil, 2013b: 01). Nesse mesmo período, no processo de redemocratização, tem-se a Constituição Federal de 1988 que veio consolidar e desenvolver aspectos consideráveis no âmbito cultural, orientando, de forma particular, o dever com a cultura nas esferas federal, estadual e municipal ampliando de modo mais intenso a participação da sociedade civil.

Foi a partir da constituição que se desenvolveu uma estrutura legal que obrigou a divisão das receitas nas esferas federal, estadual e municipal o que gerou investimentos culturais e garantiu, de certa forma, autonomia política na administração pública estadual e municipal (Carvalho, 2009).

Uma década depois, no governo Collor surgiu a Lei Rouanet - Lei 8.313 de 23 de dezembro de 1991 – (Brasil, 2013c). Esta estabeleceu *“a sistemática de execução do Programa Nacional de Apoio a Cultura”* (Vannucchi, 2002: 88).

Ainda no governo Collor, realizou-se “*uma implosão do sistema de cultura, lenta e penosamente criado no país. Foram extintos mecanismos, experiências e instituições culturais, como o recém-criado Ministério da Cultura, e dispensados milhares de funcionários*” (Carvalho, 2009: 25).

Tais fatos foram justificados pelo corte de gastos públicos, reduzindo-se ao máximo os investimentos na área cultural. Foi diante dessa situação que a sociedade totalmente excluída da situação se impôs e percebeu que deveria exigir reforma política de cultura.

Foi quando, em 1993, com a realização da Conferência Nacional de Cultura, é retomado o diálogo entre o governo e a sociedade. Refunda-se o Conselho Nacional de Política Cultural e resgatam-se as atuações do Estado na cultura (Carvalho, 2009: 26).

No processo de reabertura política entre as décadas de 80 e 90, a sociedade civil entra em crise com o governo. Os aspectos de governabilidade antes instalados e acreditados pelos atores sociais passaram a ser um simples discurso que responsabilizava a própria sociedade pelo colapso cultural porque passavam naquela época.

No ano de 2003 é criado o Sistema Nacional de Cultura (SNC). “*É um modelo de gestão criado pelo Ministério da Cultura (MinC) para estimular e integrar as políticas públicas culturais implantadas por governo, estados e municípios. O objetivo do sistema é descentralizar e organizar o desenvolvimento cultural do País, para que todos os projetos tenham continuidade mesmo com alternância de governos*” (Brasil, 2013b).

A implantação e viabilização do SNC foi um importante passo para estimular a participação da sociedade civil e o cumprimento de seu papel na construção de políticas públicas culturais.

Ressalta-se que o Sistema Nacional de Cultura atua como um “*Eixo estruturante dessas políticas atuais para a cultura, o Sistema Nacional de Cultura (SNC), articula uma agenda de planos e ações de cultura no país, na qual cada ente federativo, em seu respectivo nível, estrutura seu próprio sistema, mas depende da participação da sociedade civil na definição das prioridades e no controle e acompanhamento das metas.*” (Carvalho, Gameiro e Goulart, 2008: 8)

O Sistema Nacional de Cultura é uma proposta que engloba todas as ações do Ministério da Cultura de forma transversal, que envolve a participação dos estados, municípios e sociedade civil para a construção de uma política pública mais ampla.

“*A implantação do SNC exigiu a instituição do Sistema Federal de Cultura (SFC) em emenda constitucional que, por sua vez, estabeleceu o Plano Nacional de Cultura (PNC) e a adesão dos estados e municípios para sua implantação. Além do sistema articulado entre os níveis de governo (municipal, estadual e federal), compõem o SNC as políticas setoriais (de bibliotecas, museus, artes, patrimônio, etc.) com fóruns específicos. [...] O PNC foi debatido na 1ª Conferência Nacional de Cultura e nas conferências estaduais e municipais e, posteriormente, sistematizado pelos conselhos de políticas culturais e colegiados setoriais. Foram estas articulações reticulares verticais e horizontais que possibilitaram a consolidação do PNC plurianual e a integração das ações do Poder Público.*” (Carvalho, Gameiro e Goulart, 2008: 8).

O SNC estabelece, através da Constituição Federal, o direito social da população brasileira. Para tanto, é papel do Estado possibilitar e garantir o direito a cultura para a população.

Nesse sentido, a governança em benefício da maioria exercida pela administração pública, deve atuar e influenciar nas decisões fundamentadas a partir dos níveis federal, estadual e municipal apontando “*possíveis caminhos para a governança na gestão pública no Brasil*” (Macedo, Tavares Filho, Mello e Slomski, 2008: 184).

Isso é possível se, “*Entendemos que a adoção de um Conselho de Administração Municipal para governos locais, de um Conselho de Administração Estadual para governos regionais, de um Conselho de Administração Federal para o governo nacional e, ainda, a adoção efetiva de um modelo de mensuração da eficiência em atendimento ao princípio constitucional seriam caminhos para a concretização da Governança Pública no Brasil.*” (Macedo, Tavares Filho, Mello e Slomski, 2008: 184).

Cada esfera do governo deve compreender a importância da cultura para a cidadania. Precisa reconhecer as fragilidades do povo brasileiro para assim fortalecer suas ações, elaborar e adotar estratégias configuradas no amplo desenvolvimento e agir em benefício do individual e conseqüentemente do coletivo, propondo mecanismos que facilitem e estimulem a criatividade.

Além disso, a formação da política pública de cultura é fundamental para as práticas e reflexões da governança, por isso faz-se necessário vincular o desenvolvimento da cultura ao desenvolvimento local e desta para a cidadania. Neste sentido, evidencia-se que os atores governamentais deveriam estar conectados com a visão cultural da cidade.

O processo de construção da política pública de cultura no Brasil envolve a participação da sociedade civil em conjunto ao Estado, o qual atua como estrutura organizada que exerce o poder.

Foladori (2005) evidencia o quanto evoluiu o conceito de participação, conforme apresentado no Quadro 01.

**Quadro 1: Tipologia e evolução do conceito de participação**

Tipologias	Características
Participação Passiva	Representantes não eleitos e sem poder. Recebem informação das mudanças sem poder de decisão. Contribuem eventualmente com recursos (materiais ou de trabalho) sem aprendizado novo.
Participação Funcional	Agências externas exigem participação para reduzir custos ou outros objetivos. Podem eventualmente participar em pequenas decisões, uma vez que as principais foram definidas.
Participação Interativa	Participação conjunta em análise e desenvolvimento de planos. Fortalecimento de instituições locais. Metodologias interdisciplinares multipropósito. Na medida em que os grupos têm controle sobre decisões locais e determinam como os recursos serão usados, têm interesse na manutenção das estruturas ou práticas.
Mobilização própria <i>self-mobilization empowerment</i>	Participação para mudar sistemas com independência das instituições externas. Estabelecem contatos com instituições externas para assessorias técnicas e de recursos, porém conservam o controle sobre como usar ditos recursos. Automobilização pode-se expandir se os governos e as ONGs provêm de um suporte que o permita. Essas mobilizações auto-iniciadas podem ou não questionar a distribuição da riqueza e do poder.

Fonte: Foladori (2005: 111)

Do ponto de vista de Foladori (2005), o conceito de participação, antes visto apenas como mera informação, evoluiu até chegar aos dias atuais: participação como empoderamento. Isto é, ação política articulada pela administração de recursos públicos.

O termo participação engloba todas as ações articuladas pelo setor público e também, a interação preexistente entre a sociedade civil e o Estado (Lopes, 2008).

Do ponto de vista das políticas de cultura, o Estado precisa mudar suas estratégias de administração no setor cultural. Deve permitir através de fóruns e conselhos interagir com o público cultural, promovendo o debate e atentando-se às diferentes opiniões, rompendo a parede entre os atores governamentais e os atores culturais. Estabelecendo, neste sentido, a gestão democrática e impulsionando construção das políticas públicas culturais.

Assim, as decisões em nível global devem ser distribuídas em ordem crescente, em nível local, regional e nacional.

No que diz respeito aos municípios, cabe articular-se para criarem mecanismos de participação favoráveis à criação de uma cultura participativa. Isto pode ser realizado através de fóruns, conselhos regionais e conselhos municipais de cultura, compartilhando as ações implantadas e realizadas na área cultural.

Considera-se nesse contexto que o governo, como agente de mudanças sociais e também econômicas, pode intervir, criando metas e tomando as decisões cabíveis no que diz respeito à cultura. Outro ponto a ser considerado é a participação do cidadão na tomada de consciência quanto à sua responsabilidade enquanto partícipe ativo da comunidade.

#### 4. Rede de relações institucionais na gestão da cultura

O Estado e a sociedade civil representam e identificam a história das políticas de cultura, sua relação, presente no contexto político e econômico, com democracia e participação coletiva da sociedade. Por isso, é preciso avaliar a política cultural em sua centralidade e perceber que os fatores condicionantes da política cultural envolvem todos os aspectos necessários e vitais à vida coletiva e formação da cidadania.

Deve-se adequar os instrumentos considerados essenciais para o desenvolvimento social do país ao aspecto cultural. Para isso é preciso que a interação exista entre os atores sociais e políticos, a partir da construção de um espaço de discussão que promova debates acerca das necessidades da sociedade civil.

Dentro do contexto de participação e interação entre os atores sociais e políticos e a partir dessa necessidade, propõe-se investigar nesse conjunto de interações a existência de uma rede de relações sociais para se firmarem as ações políticos-culturais e sociais.

Rede pode ser definida como *“conjunto de relações que constitui uma estrutura no interior da qual cada nó ocupa uma posição com características específicas”* (Marques, 1999: 46).

Em adição a esta definição, *“as redes moldam as ações e as estratégias, mas estas também as constroem e reconstróem continuamente, em processo dinâmico e contínuo”* (Marques, 1999: 47). A definição acima evidencia o aspecto social como fator essencial para as relações sociais.

Diante destes conceitos, Inojosa (1999) coloca as redes em uma perspectiva moderna de acordo com a tipologia e classificação. Considerando as relações entre parceiros, as redes são subdivididas em redes autônomas ou orgânicas, redes tuteladas e redes subordinadas (Inojosa, 1999).

Segundo Inojosa (1999), as redes quando autônomas possuem objetivos próprios e articulam-se em função do coletivo. Por meio de uma “ideia-força”, os indivíduos movimentam-se e em conjunto realizam uma determinada ação sempre preservando a identidade de cada participante. Pressupõe uma relação entre parceiros.

Quando o tipo de rede é tutelada, os indivíduos articulam-se através de uma organização, embora possuam autonomia. Nesse modelo de rede, os entes mobilizam-se *“em função de um papel de regulação legal ou de capacidade de financiamento e que, por isso, modela o objetivo comum.”* (Inojosa, 1999: 5).

O modelo de rede tutelada não utiliza o processo dinâmico como a rede autônoma, que enfatiza a parceria. Além disso, *“esse modelo dificulta as relações horizontais entre os entes, como efeito da dinâmica da rede, embora isso possa vir a ocorrer, no processo de articulação.”* (Inojosa, 1999: 5).

Por sua vez, tem-se a rede subordinada, que é colocada pela autora (Inojosa, 1999: 5) como *“a classe de rede mais antiga dos sistemas públicos e privados”*, na qual os indivíduos possuem objetivos interdependentes. A rede existe, mas independe da articulação dos entes da organização, existindo apenas um local de controle (Inojosa, 1999).

Neste tipo de rede, *“o grau de autonomia das partes é determinado pela coordenação, que pode delegar e retomar poder a qualquer momento”* (Inojosa, 1999: 5). As ações que são realizadas não foram articuladas de modo coletivo.

Com relação ao seu foco de atuação, Inojosa (1999) apresenta duas tipologias: as redes de mercado e as redes de compromisso social.

Como descrito por Inojosa (1999: 6), *“as redes de mercado são aquelas em que os parceiros articulam-se em função da produção e apropriação de um bem ou serviço que faz parte da finalidade de sua existência: rede de serviços educacionais, rede de lojas, rede automotiva”*. A competição e a cooperação fazem parte desse tipo de rede. A condição da parceria é oferecer um serviço e que este contribua para a oferta de outro serviço ou apropriação deste.

As redes de compromisso social, assim como as redes autônomas, partilham uma “ideia-força”, articulam-se e definem um produto no processo de compartilhamento dessa ideia.

Inojosa (1999: 7) caracteriza a rede de compromisso social como *“aquela que se tece com a mobilização de pessoas físicas e/ou jurídicas, a partir da percepção de um problema que rompe ou coloca em risco o equilíbrio da sociedade ou as perspectivas de desenvolvimento social.”*

A sociedade, quando amplia essa percepção, articula-se em um propósito e define um objetivo comum que seja realizado através dessa articulação.

## 5. Metodologia do Trabalho Empírico

Para obter informações e responder a questionamentos a respeito do tema pesquisado, a utilização de métodos analíticos adequados foi relevante.

Na concepção de Vergara (2003), a pesquisa pode ser dividida quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins, pode ser descritiva, metodológica, explicativa, aplicada, exploratória e intervencionista. Quanto aos meios, divide-se em pesquisa de laboratório, pesquisa de campo, pesquisa documental, pesquisa bibliográfica, experimental, pesquisa *ex post fact*, pesquisa participante, pesquisa-ação e estudo de caso.

Quanto aos fins, segundo a classificação definida por Vergara (2003), esta pesquisa é do tipo descritivo, pois descreve as características de um fenômeno e a relação entre as variáveis e fatos pesquisados.

Quanto aos meios, tendo em vista que a investigação se concentra no estudo de grupos organizacionais governamentais e não governamentais, optou-se por estudo de caso, que além de ser uma tipologia qualitativa, admite o estudo de um fenômeno com maior profundidade e ainda permite que se faça uma análise detalhada sobre a formulação da política pública cultural no município de Parnaíba.

O campo de pesquisa investigado foram os órgãos governamentais e não-governamentais que exercem algum tipo de ação cultural no município de Parnaíba.

Os sujeitos da pesquisa foram atores organizacionais governamentais e não-governamentais, os quais exercem influência na formulação de políticas públicas de cultura no município de Parnaíba. Os sujeitos

foram identificados inicialmente através de pesquisa documental nas atas de reunião constituídas a partir de dois eventos realizados na Cidade de Parnaíba/PI com foco na discussão e desenvolvimento de uma Política pública de Cultura no Local, denominados “Debate para o desenvolvimento da cultura em Parnaíba” e, “I” e “II Conferências Municipais de Cultura”, realizados no município.

Através da análise das atas, os 04 (quatro) atores entrevistados nesta pesquisa foram selecionados, utilizando-se como critério a participação nos três eventos e a participação no debate, com registro formal em ata. Três desses atores são representantes de organizações não-governamentais, aqui identificados como entrevistado 1 (E1), entrevistado 2 (E2) e entrevistado 3 (E3). O quarto ator é o representante do poder público municipal que atende à agenda da cultura, neste artigo representado por entrevistado 4 (E4).

Após a definição dos sujeitos da pesquisa, procedeu-se a etapa metodológica de coleta de dados, entendida como a “*etapa da pesquisa em que se inicia a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas, a fim de se efetuar a coleta dos dados previstos*” (Lakatos e Marconi, 2006:165). De acordo com esses autores, os dados podem ser classificados em primários e secundários.

Nesta pesquisa fez-se uso inicialmente de dados primários, a partir da leitura e inferência sobre as atas de reuniões, e, também de dados secundários, a partir das entrevistas realizadas com os quatro sujeitos identificados.

Foi utilizada como técnica de pesquisa a entrevista semiestruturada, que permitiu obter informações a respeito da formulação da política pública de cultura no município de Parnaíba. Este tipo de entrevista “*permite ao entrevistado desenvolver suas opiniões e informações de maneira que ele estime convincente*” (Richardson, 2011: 210).

A obtenção dos dados se deu pelo contato direto do pesquisador com o fenômeno pesquisado. As técnicas seguiram um roteiro previamente estabelecido para obtenção de informações necessárias sobre a rede de relação institucional da formulação da política pública de cultura.

Para melhor entendimento do percurso da coleta de dados foi elaborado o quadro 2, o qual evidencia os indicadores e variáveis investigados em cada objetivo específico:

**Quadro 2: Indicadores e variáveis analíticos de pesquisa**

Objetivos Específicos	Variáveis	Indicadores
Investigar a existência de uma política pública de cultura no Município de Parnaíba;	Política pública de cultura	Atas de participação em fóruns, debates e conferência e cultura.
Inventariar as instâncias de governança formais para o debate das ações de cultura do Município de Parnaíba.	Instâncias de governança.	Fóruns, debates, conferência de cultura a nível municipal.
Delimitar os agentes participantes dos debates de cultura nas instâncias de Governança de Parnaíba.	Agentes participantes.	Atores culturais governamentais e não-governamentais.
Descrever o papel de cada agente inserido na rede.	Participação.	Participação passiva; Participação Funcional; Participação Interativa; mobilização Própria; interação da sociedade civil com as instâncias de administração pública; sociedade autônoma com força e voz participativa; Agentes formais e hierarquicamente organizados; agentes políticos; criação de metas, intervenção e tomada de decisões por parte da administração pública.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013



Para melhor compreender a realidade em estudo e evitar ambiguidade de interpretações, foi preciso definir as variáveis norteadoras da pesquisa com conceitos constitutivos e caracterizados pela sua operacionalização. Conforme Gil (2010), a definição constitutiva refere-se ao significado do termo com base teórica. Ainda sob o ponto de vista de Gil (2010), operacionalizar conceitos significa identificá-lo de forma prática, com base em exemplos.

Em seguida, com o propósito de entender como se configura a rede de relações institucionais para a formatação das políticas públicas de cultura na cidade de Parnaíba, e nortear a investigação, foram elaborados, de acordo com os indicadores, as questões que nortearam o trabalho.

A primeira variável investigada foi a **política pública de cultura**. Considerou-se enquanto definição constitutiva *“a ação do poder público ancorado em operações, princípios e procedimentos administrativos e orçamentários. Esta política é orientada para melhorar a qualidade de vida da população através de atividades culturais, artísticas, sociais e recreativas, proporcionando à mesma o acesso aos bens culturais. Trata-se de uma ação voltada para todo o município e não somente para alguns segmentos da sociedade”* (IBGE, 2007:253).

Essa investigação foi operacionalizada por meio da análise documental da ata do debate para o desenvolvimento da cultura em Parnaíba, previamente realizado no município de Parnaíba. Considerou-se ainda a percepção dos entrevistados quanto à existência da política de cultura. Integraram o instrumento de pesquisa as seguintes questões: Existe uma política pública de cultura ou plano de cultura voltado ao desenvolvimento da região do Delta do Paraíba? Existe alguma Política pública de cultura em âmbito nacional ou regional?

A segunda variável investigada foram as **instâncias de governança**. Considerou-se a sua definição constitutiva enquanto sinônimo de governança local: *“A cooperação engloba tanto o trabalho conjunto de atores públicos, comunitários e privados, quanto também novas formas de transferência de serviços para grupos privados e comunitários. A governança local, como configuração regional da governança pública, é, assim, uma forma autônoma (self-organizing) de coordenação e cooperação, por meio de redes interorganizacionais, que podem ser formadas por representantes de organizações políticas e administrativas, associações, empresas e sociedades civis, com ou sem a participação estatal”* (Jann, 2003 *apud* Kissler e Heidmann, 2006: 482).

A investigação da segunda variável foi operacionalizada por meio da análise documental das atas do debate para o desenvolvimento da cultura em Parnaíba e das I e II Conferências de Cultura. Considerou-se ainda a percepção dos entrevistados, através dos seguintes questionamentos: já existiram outras iniciativas de debate ou discussões em prol da construção da política pública de cultura do município de Parnaíba? Existe um conselho nacional, estadual e municipal de cultura? Existe algum tipo de mobilização voltada à criação deste conselho municipal?

A terceira variável investigada foram os **agentes participantes**. A definição constitutiva que definiu esta variável foi a perspectiva de Foladori (2005), que defende que a participação dos atores sociais e a inclusão de mecanismos participativos que possibilitem uma interação entre a sociedade civil e as instâncias da administração pública, articulados pelos atores sociais, são fundamentais para a formulação da política pública de cultura.

A definição operacional da segunda variável se deu através de entrevista com os atores governamentais e não-governamentais, identificados nas atas quanto à construção da política pública de cultura no município de Parnaíba. A resposta a esta variável foi demandada no seguinte questionamento: na sua concepção, quem são os agentes mais participativos nas discussões promovidas nos fóruns e nas execuções das ações?

A quarta e última variável investigada se referiu à **participação**. Enquanto definição constitutiva, considerou-se a perspectiva de Foladori (2005), que afirma que o conceito de participação deve ser compreendido como empoderamento, isto é, ação política articulada pela administração de recursos públicos. Assim como defende-se a ideologia de Lopes (2008), o qual explica que o termo participação engloba todas as ações articuladas pelo setor público e, também, a interação preexistente entre a sociedade civil e o Estado.

A variável **participação** foi operacionalizada a partir da coleta de dados da Entrevista semiestruturada, abordando as seguintes questões: como se deu a participação de cada um dos atores durante a realização dos debates propostos? Como se deu a condução desse debate? Como se deu o processo de tomada de decisões durante o debate? Como as ações foram priorizadas e distribuídas as responsabilidades? Durante o debate, houve alguma discussão sobre a utilização e distribuição de recursos para as ações? Existe ou existiu algum tipo de assessoria técnica externa na condução do debate e na decisão quanto à utilização desses recursos? Como se deu a interação entre a sociedade civil e as instâncias da

administração pública? A sociedade civil é participativa? Como o senhor define o papel de cada agente participativo no processo de construção e execução de uma política pública de cultura: poder público, iniciativa privada e sociedade civil?

Após coletados e tabulados os dados, a classificação e interpretação realizou-se através da análise de conteúdo.

Segundo Bardin (2012), a análise de conteúdo é uma metodologia voltada para os estudos de comunicação na qual se descreve e interpreta os dados coletados, como documentos e textos. Em suma, é uma análise conduzida de forma descritiva, dividida em diferentes fases.

Nesta pesquisa, a primeira fase, denominada de pré-análise correspondeu ao preparo das informações. Na segunda fase, os dados foram categorizados de acordo com cada objetivo proposto pela pesquisa em questão. Depois dos dados agrupados, procedeu-se a terceira fase, aprofundando-se em cada uma das categorias de análise fundamentadas em teorias.

## **6. Redes de relações institucionais para a formação de uma política pública de cultura no município de Parnaíba-PI**

Para se traçar um esboço da atual rede de relações institucionais neste município faz-se necessário compreender que toda e qualquer ação desenvolvida para este fim está inserida em um contexto político mais amplo, abrangendo as esferas federal, estadual e municipal.

A política pública de cultura no município de Parnaíba se resume, a partir das observações realizadas, em ações discutidas em três eventos realizados neste município e que são marcos para considerar a entrada da cultura na pauta da agenda política Municipal, a saber: o I Debate de cultura no município de Parnaíba, em 2009; a Conferência Municipal de Cultura, em 2009; e, a II Conferência Municipal de Cultura, em 2013.

A política pública interfere de forma direta na relação entre o Município e a sociedade. Ambos partilham interesse comum no que diz respeito a questões de ações culturais e contribuem para o desenvolvimento da cultura em campo nacional.

Em Parnaíba/PI, os resultados da pesquisa demonstram que prevalece o desenvolvimento centrado no Estado, visto que os três eventos acima citados tiveram como agente indutor o Governo Federal. A iniciativa não vem dos municípios, embora caiba a estes a gestão e operacionalização das ações e políticas culturais. Considerando-se a perspectiva de Lopes (2008), de maneira geral, no Brasil, o que os atores culturais esperam do Estado Nacional poderia se verdade vir também dos municípios, além de ser operacionalizado por eles. Em síntese, *“as Políticas Públicas devem ser desenvolvidas não pela União, mas sim pelo ente federativo que se encontra mais próximo dos cidadãos”* (Lopes, 2008: 29).

A elaboração de políticas públicas culturais visa o desenvolvimento do aspecto cultural. Para isso é preciso a ação conjunta das esferas públicas e privadas em níveis federal, estadual e municipal. Dessa forma, em âmbito Nacional e Regional, deve-se “estabelecer princípios e diretrizes a serem seguidos por todos os municípios, sendo de cada cidade a responsabilidade de operacionalizá-los, considerando suas peculiaridades” (Lopes, 2008: 29).

Sobre a existência de alguma política pública de cultura em âmbito nacional ou regional, os entrevistados demonstraram saber da existência de uma política formalizada em âmbito nacional quando especificaram em seu diálogo que existe o Ministério da Cultura.

No que diz respeito à esfera regional, esse fator é inexistente. De acordo com o discurso dos entrevistados, não existe uma política de cultura voltada para o Regional, tem-se apenas a Fundação Cultural do Piauí (FUNDAC), que atua ainda a passos lentos.

Na concepção do entrevistado 01, a ausência de um representante de cultura em âmbito estadual prejudica a formação de uma política pública de cultura *“já que o Piauí não tem uma Secretaria Estadual de Cultura”* (ENTREVISTADO 1 – E1).

De fato, o entrevistado 01 é assertivo ao afirmar a inexistência de um órgão destinado à Cultura em Nível Estadual, sob a perspectiva governamental. Entretanto, existe a Fundação Cultural do Piauí, a qual atua no sentido de desenvolver, promover e divulgar a cultura do Piauí, e está vinculada a instância governamental em nível estadual, fazendo parte da administração indireta. A respeito desta observação, considerando a lógica de Lopes (2008), a existência de um Órgão em escala Regional/Estadual deveria suprir a lacuna de um agente do estado em nível Regional.

Essa lógica, contudo, pode ser questionada na medida em que a existência de um órgão não garante a eficiência e eficácia de uma política pública. Oliveira (2012) esclarece, em uma análise acerca da cultura

no Brasil, que para que se configure uma política cultural são necessárias transformações conjuntas, sistemáticas e objetivos claros. Estes três aspectos não se encontram descritos em quaisquer documentos formais, incluindo as atas geradas a partir dos três eventos anteriormente realizados, sendo esta uma fragilidade de planejamento que dificulta o delineamento de uma política pública de cultura para o município de Parnaíba/PI.

Por outro lado, Lopes (2008) é assertivo quando defende que para a formação da política pública de cultura é preciso reconhecer as fragilidades para assim fortalecer as ações políticas, elaborar e adotar estratégias configuradas no amplo desenvolvimento e agir em benefício do individual e do coletivo, propondo mecanismos que facilitem e estimulem a criatividade (Lopes, 2008).

No caso de Parnaíba, o reconhecimento da fragilidade existe, e pode ser verificado no discurso exposto acima pelo entrevistado 1, no entanto, este reconhecimento é superficial, na medida em que se pode questionar se de fato todos os agentes estão cumprindo o seu papel e cobrando do Estado o fortalecimento das ações políticas, elaboração e adoção de estratégias de desenvolvimento para o campo cultural Local.

### **a) Instâncias de governança para o debate de ações de cultura**

Os debates e discussões são organizados num processo de desenvolvimento da área cultural reunindo o poder público, o setor privado e a sociedade civil organizada. Em conjunto, estes planejam e executam as decisões políticas constituídas e pensadas na coletividade.

Considera-se que as instâncias de governança dizem respeito a *“padrões e estruturas em que os atores públicos e privados interagem, entram em consenso e pactuam tomadas de decisões conjuntas, dentro de regimes democráticos”* (Zapata, 2007: 2).

Após a implantação do Sistema Nacional de Cultura, num processo de redemocratização, o progresso da cultura trouxe consigo mudanças para a população criando espaços de discussão voltados para a efetivação da ação beneficiadora de fomento a cultura.

Através desses espaços de participação *“é possível ampliar o diálogo entre os governos Federal, distrital, municipais e estaduais, os cidadãos que fazem cultura e os que usufruem dela”* (Brasil, 2013b: 49).

Considerando esta nova proposta de participação política, questionou-se inicialmente os entrevistados se eles identificavam a existência de instâncias de governança e espaços de participação democrática.

Para os entrevistados, a formulação da política pública de cultura no município está se formando com a discussão em debates e conferências municipais. Essa iniciativa revela que está se trilhando um caminho para a efetivação da política pública de cultura no município de Parnaíba com a criação do Conselho Municipal de Cultura.

No que diz respeito à questão da existência de um conselho nacional, estadual e municipal de cultura, o entrevistado 01 colocou que: *“Não existe um conselho nacional. O Estado tem um conselho inoperante. O município caminha para criar o seu”* (ENTREVISTADO 1 - E1).

Para o Entrevistado 04, a questão do Conselho Municipal de Cultura começou a ser construída a partir dos debates realizados no I Fórum de Elaboração de Planos e Metas Culturais 2013 e na II Conferência Municipal de Cultura no município de Parnaíba.

Tal fato pode ser confirmado quando o Entrevistado 4 (E4) diz: *“Acredito na gestão participativa como uma das principais ferramentas para a condução das políticas públicas e neste ano a lei que cria o conselho foi discutida com o público, votada pela câmara e sancionada pelo executivo. Neste mês de agosto estamos no processo de eleição dos representantes da sociedade civil, consolidando de fato a efetivação deste instrumento que auxiliará na condução dos planos para a cultura parnaibana”* (ENTREVISTADO 4 – E4).

Com a criação dos espaços de discussão, a mobilização e a participação da sociedade civil se intensificaram, a gestão pública abriu espaços e estruturou a participação política envolvendo toda a sociedade e, com isso, estimulou a democracia (Brasil, 2013a).

No que diz respeito à questão da mobilização voltada para a criação deste conselho municipal de cultura na cidade de Parnaíba, o entrevistado colocou que: *“Quanto à mobilização, é sempre assim: faz a conferência e os delegados vão para o debate na Estadual e lá fazem o debate e aí se elege os delegados e vão para o Nacional e tudo é debatido. Tudo aparência: fazem discussão e na hora da ação de tornar aquilo real, eles dizem faltou o projeto”* (ENTREVISTADO 2 – E2).

Esse posicionamento evidencia a necessidade de criação de um Conselho Municipal de Cultura. Para tanto, a sociedade civil organizada e o poder público devem articular-se e mobilizar-se para formular a política pública de cultura no município de Parnaíba.

### b) Papel dos agentes participantes inseridos na rede de relações

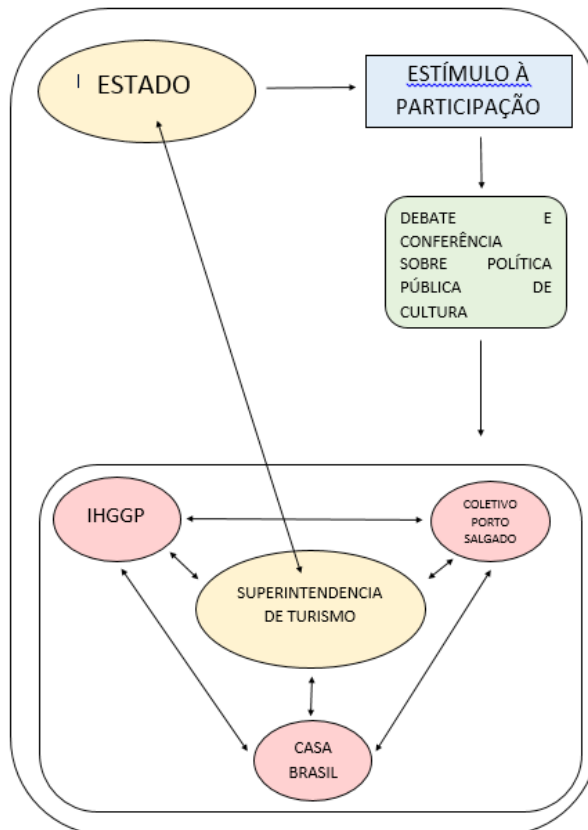
A participação dos atores sociais e a inclusão de mecanismos participativos que possibilitem uma interação entre a sociedade civil e as instâncias da administração pública, articulados pelos atores governamentais, são fundamentais para a formulação da política pública de cultura.

Entende-se por ator social “*grupos que integram o Sistema Político, apresentando reivindicações ou executando ações, que serão transformadas em Políticas Públicas*” (Lopes, 2008: 8).

A participação dos atores culturais governamentais e não-governamentais é necessária para a construção da política pública de cultura no município de Parnaíba. Foram diagnosticados 06 grupos de atores participativos no processo de formulação das políticas a partir da análise das atas do debate de cultura e da I e II Conferência Municipal de Cultura, sendo dois atores governamentais (Superintendência de Cultura e a Fundação Cultural do Piauí - FUNDAC) e quatro não-governamentais (Instituto Histórico Geográfico e Genealógico do Piauí – IHGGP, Casa Brasil, Coletivo Porto Salgado, Artistas Culturais)<sup>1</sup>.

A figura I expõe uma representação gráfica desta rede de relações entre os atores participantes do processo de formulação de uma política pública de cultura para o município de Parnaíba/PI. Os agentes demonstrados nesta figura são os atores identificados como ‘atores sociais’ citados pelos entrevistados enquanto participantes no processo de formulação da política de Cultura.

**Figura 1: Representação Gráfica da rede de cultura do município de Parnaíba**



**Fonte:** Dados da pesquisa, 2013

A representação gráfica exposta demonstra que o Estado ainda é o principal agente indutor da participação, principalmente em se considerando a existência de uma agenda política nacional, através da atuação de um Ministério voltado exclusivamente à Pauta de Cultura, criado desde o governo Lula

(2003-2010). Entretanto, desde o governo do Presidente Fernando Henrique Cardoso (1998-2002) deu-se início a uma discussão acerca de princípios de governança gerencial para o setor público (Pereira, 1996).

Cruz-Jiménez, Serrano-Barquín e Vargas-Martínez (2015) defendem o conceito de governança moderna como uma forma de governar, cooperativa, diferente de um modelo hierárquico, quando as autoridades estatais exerciam um poder soberano sobre grupos e cidadãos que constituíam a sociedade civil.

No caso de Parnaíba/PI, cabe observar e questionar quais os avanços em termos de governança moderna que efetivamente ocorreram. Ao se considerar a visão de Cruz-Jiménez, Serrano-Barquín e Vargas-Martínez (2015), percebe-se que abrem-se possibilidades de participação de outros grupos sociais para incorporar-se aos assuntos públicos. No entanto, pode questionar-se se a forma indutiva de estímulo através do Estado não seria ainda a afirmação de sua soberania diante dos grupos e cidadãos representantes da iniciativa privada e sociedade civil? Esses grupos estão de fato preparados para assumir o novo papel que lhes é ofertado? Existe uma definição clara dos papéis que devem desempenhar? As decisões tomadas são apenas consultivas ou de fato deliberativas?

No que tange à participação dos atores sociais nas discussões promovidas nos fóruns e debates, os entrevistados afirmam que:

*“Há uma década, os atores participativos eram muitos. Aos poucos, houve um esvaziamento, reflexo da falta de “saídas” mais práticas para as questões mais gerais da cidadania cultural. Embora eu note que pessoas do teatro e da música são mais engajadas”* (ENTREVISTADO 1 - E1).

*“Os artistas, tanto do teatro, da música como também as pessoas que defendem o patrimônio histórico-cultural, os movimentos sociais, as instituições, a exemplo do instituto histórico, a academia de letras, enfim, e outros grupos, como também pessoas físicas comuns, que também defendem o patrimônio histórico”* (ENTREVISTADO 2 - E2).

*“O público cultural é muito vasto, são inúmeras as dissidências. De cada arte, sempre temos alguém para participar das discussões, mas os produtores culturais são os mais presentes nas rodas de diálogo”* (ENTREVISTADO 4 - E4).

O papel do Estado, segundo Botelho (2001:15), é o de *“posicionar, dividir responsabilidades com potenciais parceiros governamentais em todas as instâncias administrativas e, finalmente, conclamar a sociedade a assumir sua parte”*. Além disso, deve articular com suas estratégias de administração o setor cultural e permitir, através de fóruns e conselhos, interagir com o público cultural, promovendo o debate e, atentando às diferentes opiniões, romper a parede entre os atores governamentais e os atores culturais.

No que diz respeito ao papel dos municípios, cabe-lhes criarem mecanismos de participação favoráveis à formação de uma cultura participativa. Isto pode ser realizado através de fóruns, conselhos regionais e conselhos municipais de cultura, compartilhando as ações implementadas e realizadas na área cultural.

A partir dos discursos, pode-se perceber que existe uma participação de representantes vinculados à iniciativa privada (‘artistas’), representantes do poder público (‘Instituto Histórico’) e da sociedade civil organizada (‘movimentos sociais’). Portanto, pode-se inferir que as primeiras ações para a formação de uma política pública de cultura foram consolidadas.

No entanto, o método para esta consolidação, especialmente, na formalização das ações posteriores e na assunção de responsabilidades se apresenta como elemento frágil do processo, especialmente porque não se criou ou se definiu um Conselho Municipal de Cultura. Portanto, não existem uma institucionalidade do debate, a definição de membros efetivos, com direito a voto, um regimento para as decisões do grupo e a definição quanto ao caráter deliberativo ou consultivo do conselho (Barbalho e Melo, 2014).

No que diz respeito à participação dos atores culturais durante a realização dos debates, pode-se verificar que a participação acontece de forma interativa, uma vez que os agentes participativos têm direito de voz na plenária. Esse tipo de participação interativa trata-se de *“Participação conjunta em análise e desenvolvimento de planos. Fortalecimento de instituições locais. Metodologias interdisciplinares multipropósito”* (Foladori, 2005: 111).

Apesar da participação interativa pressupor a participação conjunta em análise e **desenvolvimento de planos**, o resultado dos eventos ainda se encontra no campo ideológico. Os debates ainda são considerados a melhor forma de decisão.

Sobre a condução dos debates propostos, o entrevistado 04 expôs que *“A condução dos debates se dá de forma dialogada, mediada pela equipe de gestão do órgão cultural”* (ENTREVISTADO 4 - E4).

O processo de tomada de decisão é constante durante a realização dos debates, tendo em vista que a todo o momento tomam-se decisões sobre as ações desenvolvidas no setor cultural. A esse respeito, alguns questionamentos ainda permanecem sem resposta:

- a) As ações desenvolvidas no setor cultural, estão integradas a outras políticas públicas, como a de turismo e educação, por exemplo?
- b) Elas representam de fato a prioridade e demandas da sociedade como um todo?
- c) De que forma estas prioridades são estabelecidas, uma vez que nem sequer existe um plano formal de cultura para o município?

Estes questionamentos nascem a partir da compreensão da lógica apresentada por Lopes (2008: 5): “[...] as ações que os dirigentes públicos (os governantes ou os tomadores de decisões) selecionam (suas prioridades) são aquelas que eles entendem serem as demandas ou expectativas da sociedade”.

A esse respeito, parte desses questionamentos foram abordados pelos entrevistados quando discutiram sobre o processo de tomada de decisão e a forma como as ações são distribuídas durante a realização dos debates culturais. Eles explicaram que as decisões são encaminhadas através de votação em plenário, conforme prioridades estabelecidas (ENTREVISTADO 1 - E1 e ENTREVISTADO 4 - E4).

Quanto a forma com que é realizada esta é descrita pelo entrevistado 3: “Na segunda conferência, foram planejadas as ações a serem realizadas em prol da melhoria da cultura para a cidade. Os grupos culturais, dessa vez, não foram separados por tipo e sim por interesse coletivo.” (ENTREVISTADO 3 - E3).

Diante do argumento do entrevistado 3 (E3), o processo de decisão e a distribuição das ações em prol do desenvolvimento cultural e do interesse coletivo tem-se firmado a partir da II Conferência Municipal de Cultura. Nesse processo, a partir de observação direta na participação na II Conferência Municipal de Cultura, formam-se os grupos culturais e são conduzidos por uma liderança, articulam-se, discutem e priorizam as ações com vista à formulação da política pública de cultura do município de Parnaíba. Após esse processo, as decisões são encaminhadas através de voto democrático em plenário, de acordo com o grau de necessidade, no qual metas são estabelecidas a fim de fomentar a atividade cultural.

Este processo decisório está em sintonia com o exposto por Foladori (2005), que defende que, na medida em que os grupos têm controle sobre decisões locais - o que conforme observação direta ocorre em Parnaíba/PI já que os grupos participam, articulam-se, discutem e priorizam ações - e determinam como os recursos serão usados, estes têm interesse na manutenção das estruturas ou práticas.

Por outro lado, questiona-se a representatividade desta votação, visto que não existem definições sobre quais participantes possuem efetivamente direito a voto uma vez que o conselho não possui formalização. Portanto, as decisões tomadas possuem uma vocação consultiva, retornando a decisão e a execução para as mãos do estado.

Outro tema relevante dentro dos encontros é a alocação de recursos governamentais para ações de cultura. A distribuição de recursos do Ministério da Cultura provém do Fundo Nacional de Cultura via Lei Rouanet. Essa distribuição é realizada através de apoio a projetos culturais (Brasil, 2013c).

Nesta perspectiva, ainda acerca do debate, foi questionado se houve discussão sobre utilização de recursos para a realização das ações. O entrevistado 2 (E2) respondeu que “Sim, sempre se fala desses recursos. Só que a questão da política pública é questão de projeto. Existe recurso para isso, só que estes recursos jamais chegam ao destino. Esses pontos são discutidos, mas nada existe, na realidade. O problema é que as cidades não têm projeto que atenda essa demanda do Ministério da Cultura e aí faltam pessoas com capacidade de fazer esses projetos e esses recursos chegarem aqui tanto para a preservação como para o resgate, como para manter as atividades culturais. E enquanto isso, há também um debate que o poder público de vez em quando cria, mas para justificar - eu entendo assim, diante do órgão maior que é o MEC ou Minc - (para justificar) justamente os recursos que estão vindo de lá para manter isso. Então, temos que fazer as conferências, vamos ter que abrir um debate porque se não os recursos não vêm mais. Os recursos que estão sendo aplicados é outra coisa” (ENTREVISTADO 2 - E2).

O discurso do entrevistado 2 (E2) acima trata do recurso proveniente da esfera Federal. Sob este aspecto, a principal fragilidade para se ter acesso a esses recursos é a inexistência de projetos, pois os recursos só chegam aos atores culturais através de projetos. O entrevistado 2 relata a dificuldade de produzir os projetos por falta de capacidade de confeccioná-los. Ao fim do discurso, ele tece ainda uma crítica ao poder público, pois indica que o órgão público capta o recurso e realiza as conferências para justificar o seu uso e manter o recebimento do recurso. Essa compreensão é confusa, visto que, se a fonte do recurso for a Lei Rouanet, esta pressupõe que quem capte o recurso seja o proponente do projeto, empresa ou pessoa física, o qual não pode ser um ente do poder público.

Na Lei Rouanet trabalha-se com o trinômio (Brasil, 2013c): *Proponente* – empresa ou pessoa física proponente (Produtor Cultural)<sup>2</sup>; Ministério da Cultura – MinC<sup>3</sup>; e, *Patrocinador* - empresa patrocinadora ou investidora (ou pessoa física).<sup>4</sup>

Portanto, fica claro que o entrevistado 2 (E2) não possui um conhecimento profundo sobre a origem dos recursos; tampouco sobre o seu uso. Para minimizar este problema seria necessário criar mecanismos de apoio a esses atores, um tipo de assessoria técnica para que pudessem desenvolver conhecimento para a formulação de projetos e conseqüentemente participar da distribuição dos recursos federais culturais.

No que se refere à participação, através dos fóruns e conferências municipais, os atores têm voz ativa, interagindo com a administração pública, ambos com interesse comum, que é o desenvolvimento e fomento da política pública de cultura.

Sobre essa interação entre a sociedade civil e as instâncias da administração pública, os entrevistados, conforme declarações do entrevistado 1, expôs que *“A sociedade civil, no que tange à cultura, é ainda extremamente mal articulada e essa interação ganha mais fluência nos momentos em que os governos chamam as comunidades para participar de algum evento, mas depois tudo fica estagnado, quase morto”* (ENTREVISTADO - E1).

Percebe-se que o acesso da sociedade civil à administração pública é ainda distante. Somente a partir da gestão compreendida entre 2009 a 2012 é que têm-se firmado encontros nos quais existe o debate sobre a formulação da política pública de cultura no município.

O termo participação engloba todas as ações articuladas pelo setor público e, também, a interação preexistente entre o ator social e o Estado (Lopes, 2008). Nesse sentido, os entrevistados foram questionados sobre se a sociedade civil é participativa:

*“Não. Nem na colônia, nem na monarquia, nem no império, nem na república nova a sociedade civil brasileira não é participativa, embora tente”* (ENTREVISTADO 1 - E1).

*“A sociedade civil ainda é muito parada porque quem ainda se movimenta são os artistas, aquelas pessoas que têm interesse na cultura”* (ENTREVISTADO 2 - E2).

*“Ainda vejo muito tímida a participação da sociedade. A grande maioria não está para colaborar; reclamar é mais fácil. Mas sei que essa mudança de mentalidade leva tempo”* (ENTREVISTADO 4 - E4).

Diante da exposição dos entrevistados, existe uma participação tímida por parte da sociedade civil. Há somente a participação dos atores que exercem alguma atividade cultural no município de Parnaíba.

Quando questionado sobre o papel de cada agente participativo no processo de construção e execução de uma política pública de cultura (poder público, iniciativa privada e sociedade civil), os entrevistados responderam que:

*“O poder público não é efetivamente público. É quase ausente, mesmo nas demandas sociais mais alarmantes, como educação e cultura. A iniciativa privada domina quase todos os espaços, inclusive na cultura. A sociedade civil é sem corpo e sem rosto”* (ENTREVISTADO 1 - E1).

*“O poder público é muito ausente. A iniciativa privada age em prol de si mesma e de seus interesses e a sociedade civil é resumida apenas nos artistas, que é quem desenvolve as atividades culturais, procura outros meios para desenvolver a atividade, muitas vezes, de forma voluntária”* (ENTREVISTADO 2 - E2).

*“Olha: o poder público é muito ausente, isso a nível nacional e estadual. Agora em nível municipal estamos andando pelo mesmo caminho. À iniciativa privada tiro o chapéu e a sociedade civil, sem os artistas, não participa de nada.”* (ENTREVISTADO 3 - E3).

*“O papel do poder público hoje é um papel de articulador, apoiador. A sociedade civil, além de realizadora, é a grande beneficiária das ações. Quanto à iniciativa privada, em Parnaíba, ela ainda não acredita em cultura como um produto comercializável e importante para o processo de construção de uma identidade social”* (ENTREVISTADO 4 - E4).

Os relatos dos entrevistados 1,2 e 3 indicam que existe ausência por parte do poder público em relação aos atores culturais. Observando o discurso do entrevistado 4, percebe-se que há divergência nas respostas quando o mesmo coloca que o poder público é participativo, pois atua como articulador das ações.

Com relação à participação dos atores privados, os entrevistados 1, 2 e 3 expuseram em seus discursos que a iniciativa privada participa e até mesmo “domina certos espaços”, de acordo com a fala do entrevistado 3. Com os atores culturais é mais interativa. Entretanto o entrevistado 4 expõe que a iniciativa privada é pouco participativa.

Quanto à participação da sociedade civil, os entrevistados 1, 2 e 3 reconhecem que, assim como o poder público, ela também é ausente; participam somente através dos artistas. Para o entrevistado 4, a sociedade civil enquanto participante é beneficiária das ações.

A partir dos relatos acima, percebe-se que existe um conflito do discurso dos entrevistados 1, 2 e 3 com o discurso do entrevistado 4. É relevante ressaltar que o entrevistado 4 é o representante governamental e a forma como se posiciona é reflexo de seu papel enquanto agente de desenvolvimento. No entanto, o desalinhamento entre o seu discurso e o dos demais é um fator que gera fragilidade para a construção de uma política pública de Cultura. Por outro lado, os demais entrevistados também não reconhecem quais os papéis que deveriam desempenhar, apontando principalmente para as demandas ausentes do poder público e não delimitando os seus próprios papéis.

Isso pode ser considerado um aspecto decisivo para a estruturação das ações de uma política de cultura, pois tanto o papel quanto a participação é vista de maneira divergente pelos atores.

E para que essa política saia dos debates e se transforme em um documento formal com planos e metas bem definidos, faz-se necessária uma eficiente definição e concordância quanto aos papéis, além das responsabilidades que devem ser assumidas por cada parte envolvida.

Quanto à participação do poder público, iniciativa privada e sociedade civil, os resultados demonstram uma participação funcional, ou seja, com restrição das organizações quanto ao governo, participando apenas das pequenas tomadas de decisões, seguindo-se a lógica de Foladori (2005).

A existência de uma política de cultura eficiente pressupõe a existência de uma interação entre os atores sociais e políticos, assim como o alinhamento do discurso que irá se consolidar em um plano de ação. O Estado e a sociedade civil representam e identificam a história das políticas de cultura, sua relação, presente no contexto político e econômico, com democracia e participação coletiva da sociedade.

## 7. Considerações finais

A cultura é uma produção realizada pelo ser humano, a partir de sua capacidade de criar e valorizar pontos fundamentais para a formação da identidade de cada povo. No presente caso, interessa-nos a realidade brasileira.

O desenvolvimento da vertente cultural necessita da articulação de uma política pública de cultura em nível nacional, regional e municipal.

Partindo de uma premissa nacional, foi estimulada, pelo Estado, a organização de uma rede de relações institucionais dos atores culturais - governamentais e não-governamentais - para a discussão e eventual criação de uma política de cultura para o município de Parnaíba, que permita serem estabelecidos os planos e as metas no setor cultural, tendo como agente mobilizador o próprio Estado.

Considerando-se essa estrutura metodológica para a formulação da política pública, imposta pelo agente mobilizador, o representante de cultura do Poder Público Municipal tem-se consolidado como o principal articulador dos demais agentes no sentido de criar e executar esta política de cultura municipal.

Diante dos resultados encontrados, existiu entre os anos que a pesquisa compreendeu, 2009 a 2013, uma participação funcional, com características de participação interativa entre os atores. O objetivo geral deste artigo foi identificar a configuração de uma rede de relações institucionais para a formulação das políticas públicas de cultura no município de Parnaíba - PI, a qual foi apresentada na Figura I.

Neste contexto, partindo de uma premissa nacional, foi estimulada a organização de uma rede de relações institucionais entre os atores culturais, governamentais e não-governamentais para a discussão e eventual criação de uma política de cultura para o município de Parnaíba, que permitiu serem estabelecidos os planos e as metas no setor cultural, tendo como agente mobilizador o Estado. Por esta razão, pode-se dizer que a superintendência de cultura, enquanto representante governamental em nível municipal, tem-se consolidado como a principal articuladora dos demais agentes no sentido de criar uma política de cultura municipal.

Sobre o papel de cada um nessa construção, percebeu-se um conflito nas respostas dos entrevistados. Na verdade, eles divergem nos aspectos de participação do poder público, iniciativa privada e sociedade civil. Isso pode ser considerado um aspecto decisivo na definição das ações de uma política de cultura, pois tanto o papel quanto a participação é vista de maneira divergente pelos atores.



Vale ressaltar que não existe de fato política pública de cultura no município. O que existe é a integração dos atores para construir uma política pública de cultura em Parnaíba, e um conjunto de ideias que foram discutidas em três eventos, as quais ainda nem sequer culminaram na implantação do Conselho Municipal de Cultura. Este está sendo discutido nos debates, fóruns e conferências para sua implantação.

Considerando-se os resultados encontrados, algumas recomendações em termos de política podem ser definidas. Assim, faz-se necessário, inicialmente, avançar quanto à definição de governança moderna (Jimenez, Barquín e Martinez, 2015) aplicada as ações que estão sendo desenvolvidas no município, para que estas ações passem a integrar-se efetivamente num conceito de sociedade democrática (Barbalho e Melo, 2014). Isto porque, dentro desta concepção, os grupos necessitam reconhecer os papéis que devem desempenhar, assumir os seus papéis e lutar pela institucionalidade de um debate através da instalação de um Conselho Municipal de Cultura formalizado. A assunção de papéis deve facilitar a formação de consensos e estimular a discussão, afirmando a democracia.

Por outro lado, é latente a necessidade de criação de um plano de cultura, linhas de ação, metas, assim como um plano de avaliação política.

Este trabalho, embora tenha alcançado avanços em termos de uma análise situacional quanto à configuração de uma rede de relações institucionais para a formatação das políticas públicas de cultura no município de Parnaíba – PI, não conseguiu abranger um maior aprofundamento especialmente em se tratando de aspectos político-legais. Por esta razão, sugere-se como linhas de investigação futura: a incorporação do conceito de governança moderna na formulação da Política Pública de Cultura, seguindo a proposta de Jimenez, Barquín e Martinez (2015); o acompanhamento quanto à implementação do Conselho Municipal de Cultura, a efetividade de suas ações, a definição de sua representação, e uma análise sobre a vocação consultiva-deliberativa do mesmo, conforme a indicação de Barbalho e Melo (2014); a capacidade do poder executivo para executar as deliberações; o amadurecimento da pauta de agenda política; e a prática da democracia, a intervenção do poder público e a articulação da sociedade, conforme sugerido por Borba e Barretto (2015).

Por fim, o processo investigatório deste trabalho teve como principais limitações o acesso aos participantes do Debate e Fóruns para realização de entrevista, visto que parte deles já não residiam no município ou haviam extingido as agremiações culturais que foram representativas durante as realizações do Debate e nas duas conferências de Cultura. Contudo, estes fatores não foram decisivos para avançar no desenvolvimento da pesquisa.

## Bibliografia

Barbalho, Alexandre; Melo, Renata.

2014. “Participação Social e Gestão de Políticas Públicas de Cultura: Uma análise do Conselho Municipal de Política Cultural de Fortaleza”. *Revista eletrônica de Gestão e Sociedade*, 20 (8) Mai-Ago. Disponível em: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/1878-7038-1-PB.pdf>. Acesso em: 18/01/2016.

Bardin, Laurence.

2012. “Análise de Conteúdo”. 4. ed. Lisboa: Edições 70.

Borba, Carla; Barretto, Margaritta.

2015. “Políticas públicas de Cultura e turismo, e sua influencia na profissionalização de grupos tradicionais. O caso do Maracatu de Pernambuco/Brasil”. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13 (2), Special Issue. Disponível em: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/PS0213\_7%20(1).pdf>. Acesso em: 18/01/2016.

Brasil (a).

2013. “Lei 7.505 de 02 de julho de 1986”. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L7505.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L7505.htm)>. Acesso em: 23/03/2013.

BRASIL (b).

2013. “Sistema Nacional de Cultura.” Disponível em <<http://www.brasil.gov.br/sobre/cultura/iniciativas>> Acesso em: 23/03/2013.

BRASIL (c).

2013. “Lei 8.313 de 23 de dezembro de 1991”. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8313cons.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8313cons.htm)>. Acesso em: 23/03/2013.

Botelho, Isaura.

2001. “Dimensões da Cultura e Políticas Públicas”. São Paulo em perspectiva, 15 (2). Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-88392001000200011](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-88392001000200011)>. Acesso em 18/01/2016.

- Carvalho, Cristina Amélia Pereira de.  
2009. "O Estado e a participação conquistada no campo das políticas públicas para a cultura no Brasil".  
En Calabre, Lia. *Políticas Culturais : reflexões e ações*. São Paulo: Itáu Cultural; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa.
- Carvalho, Cristina Amélia Pereira de; Gameiro, Rodrigo; e, Goulart, Sueli.  
2008. "As políticas públicas da cultura e a participação de novo tipo no Brasil". *VI Congresso Português de Sociologia*. Lisboa. Anais.
- Jiménez, Cruz; Barquín, Serrano; e, Martinez, Vargas.  
2015. "Política turística y gobernanza en dos gobiernos locales. Un acercamiento teórico metodológico".  
*PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13 (6) Special Issue. Disponível em: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/PS0615\_15.pdf>. Acesso em 18/01/2016.
- Foladori, Guillermo.  
2005. "Por una sustentabilidad alternativa". Uruguai: Editora Colección Cabichui.
- Gil, Antônio Carlos.  
2010. "Como Elaborar Projetos de Pesquisa?". 5 ed. São Paulo: Atlas.  
Intituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).  
2007. "Perfil dos municípios brasileiros". Rio de Janeiro: IBGE.
- Inojosa, Rose Maria.  
1999. "Redes de Compromisso Social". *Revista de Administração Pública*, 33 (5). Rio de Janeiro: FGV.  
Kissler, Leo; Heidmann, Francisco G.  
2006. "Governança Pública: Novo Modelo Regulatório para as relações entre Estado, mercado e sociedade?".  
*Revista de Administração Pública RAP*. Rio de Janeiro, 40 3). Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rap/v40n3/31252.pdf>>. Acesso em: 20/01/2016.
- Lakatos, Eva Maria; Marconi, Marina de Andrade.  
2006. *Metodologia Científica*. 4. ed. São Paulo: Atlas.
- Lima, Waner Gonçalves.  
2012. *Política Pública: Discussão de conceitos*. INTERFACE (Porto Nacional), 5. Outubro.
- Lopes, Brenner.  
2008. *Políticas Públicas: conceitos e práticas*. 1. ed. Belo Horizonte: Sebrae/MG.
- Marques, Eduardo Cesar.  
1999. "Redes Sociais e Instituições na Construção do Estado e da sua Permeabilidade". *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 14 (41), outubro.
- Macedo, Fabrício de Queiroz; Tavares Filho, Francisco; Mello, Gilmar Ribeiro De; e, Slomski, Valmor.  
2008. "Governança Corporativa e Governança na Gestão Pública". 2. ed. São Paulo: Atlas.
- Oliveira, Lúcia Maciel Barbosa.  
2012. "Que Políticas Culturais?". Fórum Permanente, 1(1). Disponível em: <[www.forumpermanente.org/revista/eicao-oftextos/que-politicas-culturais](http://www.forumpermanente.org/revista/eicao-oftextos/que-politicas-culturais)>. Acesso em: 05/01/2016.
- Oliveira, Luiz Roberto de; Viana, Lina Juliana Tavares; e, Braga, André Luiz da Cunha.  
2010. "Conflitos e fragilidades de uma atividade turística não planejada: um olhar direcionado às praias de Porto de Galinhas e Itamaracá/PE". *Patrimônio: Lazer & Turismo*, 7(10).
- Pereira, Luiz Carlos Bresser.  
1996. "Da administração Pública Burocrática à gerencial". *Revista do Serviço Público*, 120 (1) Jan-Abr.  
Disponível em: file:///C:/Users/Admin/Downloads/702-2336-1-PB.pdf. Acesso em: 18/01/2016.
- Richardson, Roberto Jarry.  
2011. *Pesquisa Social: métodos e técnicas*. 12. ed. São Paulo: Atlas.
- Souza, Celina.  
2006. "Políticas Públicas: uma revisão de literatura". *Sociologia*. 8 (16). Disponível em < <http://www.scielo.br/pdf/soc/n16/a03n16> > Acesso em: 23/06/2013.
- Tylor, Edward Burnett.  
2005. A ciência da cultura. En: Castro, Celso. *Evolucionismo cultural: textos de Morgan, Tylor e Fraser*.  
Tradução de Maria Lucia Oliveira. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Vannucchi, Aldo.  
2002. *Cultura Brasileira: o que é como se faz*. 2. ed. São Paulo: Loyola.
- Vergara, Sylvia Constant.  
2005. *Métodos de Pesquisa em Administração*. 2. ed. São Paulo: Atlas.
- Zapata, Tania.  
2007. *A Importância da Nova Governança para Construir uma Outra Cultura Política no Brasil*. Recife: IADH.

## Notas

- <sup>1</sup> A Superintendência de Cultura é um Órgão da administração direta vinculada à Prefeitura Municipal de Parnaíba que está responsável pelas ações e políticas voltadas à pauta de Cultura neste Município. A Fundação Cultural do Piauí – FUNDAC, é um órgão vinculado à administração indireta do Governo do Estado do Piauí que tem como objetivo promover, divulgar e desenvolver a Cultura do Estado do Piauí através de Leis de incentivo, criação e gestão de casas de cultura em Municípios Pólos. O Instituto Histórico Geográfico e Genealógico do Piauí – IHGGP é uma instituição sem fins lucrativos que tem como objetivo estudar, divulgar e salvaguardar a história, geografia e a genealogia de Parnaíba e do Estado do Piauí. A Casa Brasil é um projeto do Governo federal que disponibiliza ações voltadas à inclusão de famílias de baixa renda, oferecendo ações como rodas de leitura, *shows* e apresentações, cursos gratuitos e serviços de informática em geral. O Coletivo Porto Salgado é um grupo informal de artistas e entusiastas da área cultural do Município de Parnaíba, que se autodenominam ‘coletivo’, seguindo uma tendência, e que desenvolvem ações pontuais com o intuito de promover a cultura no e do Município de Parnaíba e Região. Este grupo atuou até o ano de 2014 nas áreas de música, mídia, letras, poéticas-visuais, meio ambiente e articulação política.
- <sup>2</sup> O proponente de um projeto cultural apresenta o seu projeto ao Ministério da Cultura. Se aprovado, o proponente dará início ao trabalho de captação de recurso, buscando patrocínio junto de empresas ou pessoas físicas, denominadas patrocinadores. Após a captação de recursos suficientes, inicia-se a realização do projeto cultural.
- <sup>3</sup> Através de uma comissão, denominada Comissão de Incentivo à Cultura (CNIC), avaliam-se os projetos enviados.
- <sup>4</sup> Pessoa física ou jurídica que pague Imposto de Renda (IR), com base no lucro real ou opte pela declaração completa do imposto de renda respetivamente. O volume de deduções está limitado a 4% sob o imposto de renda para pessoa jurídica e a 6% do Imposto de renda devido para pessoa física.

*Recibido:* 16/04/2015  
*Reenviado:* 13/01/2016  
*Aceptado:* 22/01/2016  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*



# ¿El turismo es cosa de pobres?

Patrimonio cultural, pueblos indígenas  
y nuevas formas de turismo en  
América Latina

Raúl H. Asensio  
Beatriz Pérez Galán  
(Eds.)

**PASOS**

Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

Colección PASOS edita, nº8

*IEP Instituto de Estudios Peruanos*

Serie TURISMO, nº4

## Do pioneirismo à coxia: a memória banguense e sua relação com o turismo

**Dan Gabriel D’Onofre\* Rodrigo Amado dos Santos\*\***

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (Brasil)

---

**Resumo:** Ao debruçar-se sobre Bangu e suas peculiaridades socioculturais, percebe-se que pertences ligados a esta comunidade exalariam signos capazes de evidenciar uma intrincada rede de significados. Através de um olhar descentralizado sobre este objeto, pode-se amplificar valores, personagens, explorar histórias e experiências sociais que ali se estabeleceram, tendo sempre cuidado de enxergá-la como um “espelho” de relações que apresentariam olhares e significados heterogêneos capazes de apresentar uma nova faceta à compreensão do processo de formação desta comunidade. Destarte, propõem-se aqui um trabalho com culturas, identidades e memórias daqueles que participam na tessitura de relações em Bangu, tentando entender de que maneira seu elo com o turismo pode mostrar que ainda se negligenciam importantes aspectos ligados à memória deste bairro carioca.

**Palavras-chave:** Bangu; Memória; Identidade; Tecnologia; Turismo.

---

### **From pioneering at the aisle: the banguense memory and its relationship with tourism**

**Abstract:** To look into Bangu and their socio-cultural peculiarities, it is perceived that things connected to this community demonstrates signs able to show an intricate network of meanings. Through a decentralized look at this object, it can be amplified values, characters, stories and explore social experiences that have settled there, always taking care to see it as a “mirror” of relations which would present looks and heterogeneous meanings able to present a new facet to understanding the formation of this community process. Thus, it is proposed here work with cultures, identities and memories of those who participate in the fabric of relationships in Bangu, trying to understand how their link with tourism can show that still neglect important aspects of memory of this carioca neighborhood.

**Keywords:** Bangu; Memory; Identity; Technology; Tourism.

---

### **1. Tramas sociais e memória do subúrbio carioca: Bangu em foco**

Iniciar um leque de argumentações, que ao final dará suporte e contribuição a este estudo acadêmico, requer a estruturação e minuciosa planificação de um trabalho que ao mesmo tempo em que se mostra árduo, é visto de uma forma demasiadamente gratificante. Árduo no sentido de que para se concretizar o objetivo que aqui é pleiteado, há a necessidade de uma dedicação deveras meticulosa e que vislumbra a sutileza e a importância daquilo “que não foi dito” e muito menos registrado, daquilo que só é percebido através da sensibilidade capaz de captar indícios, personagens e estórias que também se mostraram responsáveis pela construção e delineação de uma identidade local, fruto de relações entre indivíduos que puderam vivenciar, acompanhar e até mesmo fazer parte de uma realidade, tal qual

---

\* Professor do Curso de Bacharelado em Hotelaria da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ) e doutorando em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade (CPDA/UFRRJ); E-mail: donofretur@gmail.com

\*\* Professor dos Cursos de Bacharelado em Hotelaria da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), de MBA em Gestão Hoteleira (UFRRJ). Atua enquanto docente colaborador do Programa de Pós-Graduação Strictu Sensu – Nível Mestrado – em Educação Agrícola (UFRRJ/PPGEA). É doutorando em Sistemas de Gestão Sustentáveis pela Universidade Federal Fluminense (UFF/LATEC), mestre em Ciências Sociais pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP, Campus Marília) e bacharel em turismo pela Universidade Metodista de Piracicaba (UNIMEP); E-mail: profrodrigoamado@gmail.com

será exposto aqui, que remete a especificidades históricas, culturais, sociais, econômicas e políticas de uma localidade – Bangu – que assumira, em tempos pretéritos, importante papel de desenvolvimento da economia carioca.

É justamente nesse ponto em que o trabalho se mostrará gratificante, na medida em que há a possibilidade de se compreender o desenrolar de tramas sociais, de relações de poder, de lutas pelo espaço que, direta ou indiretamente se evidenciaram como responsáveis pela gênese de uma localidade. E isso só pode ser percebido graças a um diálogo contínuo entre passado e presente<sup>1</sup>, pelo quais os seres humanos constantemente se confrontam ao longo de sua vivência. É indubitável que aqui, através de um olhar minucioso e fragmentado<sup>2</sup> que consiga despertar vozes e valores adormecidos e/ou esquecidos, dando credibilidade também aos sujeitos marginalizados por nossa história elitista, e ser capaz de conceber uma nova percepção e dar novos significados às fontes documentais e aos relatos registrados e apreendidos como certos e inquestionáveis, nos possibilitará uma nova versão à história desta comunidade.

Deste modo, atualmente conhecido como um dos bairros com as temperaturas mais altas do Brasil, Bangu figura entre as páginas esportivas e policiais dos jornais e telejornais fluminenses e nacionais. Embora esse seja o panorama contemporâneo, a história de Bangu apresenta um panorama interessante quanto à sucessão paradigmas tecnológicos em seu território. O que se manifesta na paisagem banguense tem relação direta com os esforços de diversos atores na tessitura de suas relações.

Há aqui, portanto, um universo demasiadamente complexo e que, através das apropriações corretas, se abre aos olhos mais inquietos e curiosos. E o porquê dessa inquietação poderá ser esclarecido por Halbwachs (1990) no momento em que este afirma que quando qualquer objeto que não faz parte de círculo mais familiar, há o resultado mais lógico: o assombro, pois não existem conhecimentos dentro deste ciclo que possam “desvendar” todas as possibilidades existentes perante este novo campo de observação.

Nesses casos, debates relacionados a símbolos culturais e identitários que enaltecem uma dada memória, devem ampliar a perspectiva contemplativa e emotiva e começar a assumir um olhar mais minucioso, investigativo e participativo perante os valores que circundam não apenas espaços familiares, mas todo o complexo social no qual estamos presentes, estando atento às relações sociais e hierárquicas, de poder e de cunho econômico que estariam imersas e que ditaram os rumos e ações locais em Bangu, estando atento também às representações que tais discursos estabeleceriam nesta comunidade. Afirmar esta que remeterá a um relevante fato: o por quê da escolha deste objeto?

Com vistas a propiciar um debate em torno dos elementos culturais que emergiram por conta das relações exercidas entre os atores sociais que inventaram ou influenciaram Bangu, parte-se de uma linearidade histórica dos lugares de memória do bairro e seu entorno. Desta maneira, para compreender de que maneira observaremos este cenário, embebido expressivos significados e valores que dão um tom ímpar a esta localidade, é interessante apresentar uma nova faceta à sua história, aquela tida como oficial, e questionarmos aquilo que sabemos sobre esta. Para tanto, nos aproximamos das reflexões de Possas (2001) ao percebermos a importância de se olhar de novo um objeto, só que dessa vez, tentando historicizar a construção de suas representações, de seus personagens e de eventos que foram sendo esquecidos ou relegados a uma marginalidade. E para que isso aconteça, lançamos mão de um olhar minucioso e fragmentado, despertado por antigas vozes que conceberam uma nova percepção, de forma a suscitar signos<sup>3</sup> e representações já esquecidos em um universo tão singular quanto o bairro de Bangu.

Nesse sentido, a meta é realizar uma análise crítica sobre a condição coadjuvante que tais elementos possuem no cenário turístico fluminense. Deste modo, o modelo desse trabalho consiste na triangulação dos principais meios de divulgação turística do Poder Público (secretarias municipal e estadual de turismo e Ministério do Turismo) e a (des) promoção da memória banguense. Os dados utilizados são referentes às publicações e páginas disponíveis nas redes de computadores, considerados dados secundários. Dessa maneira, avaliou-se como os projetos turísticos não privilegiam o território em questão, o qual apresenta marcas importantes ligadas aos sucessivos modelos tecnológicos e ao esporte mais admirado pelos brasileiros: o futebol.

## 2. Os ciclos econômicos em Bangu e seus legados

Para realizar essa tarefa, parte-se do conceito schumpeteriano que versa sobre os ciclos econômicos. Mesmo que Schumpeter (1997) faça uma distinção entre fato social e fato econômico<sup>4</sup>, a credenciar que este não seja puramente econômico, o autor realiza uma dicotomia entre tais. Quando se parte do pressuposto de Schumpeter, em que os fatos econômicos não são puramente econômicos, não se pretende seguir diante de uma dicotomia que, de certa forma, impede um olhar amplo sobre as interpenetrações das atitudes humanas em relação ao seu ambiente. Embora estas sejam as ambiguidades de Schumpeter,

discuti-las não é o motivo principal deste trabalho. Há de se pensar que o autor dera pistas metodológicas para a compreensão da emergência de ciclos econômicos. Segundo ele, “o total de mercadorias produzidas e comercializadas numa comunidade em dado período econômico pode ser chamado de produto social” (Schumpeter, 1997, 28). Consequentemente, o produto social que é produzido em Bangu, bem como nos demais locais do planeta, podem ser vistos como reflexos de ciclos econômicos, os quais, segundo Schumpeter, não são apenas determinados por dinâmicas concorrenciais entre preço, oferta e demanda.

Com a finalidade de se levantar críticas em relação à formação da memória banguense, enfatiza-se os aspectos dos ciclos econômicos por quais este bairro da zona oeste carioca tem passado. Para tanto, assumiremos a perspectiva de D'Alessio (1998) no momento em que esta afirma a importância das memórias como uma forma de se “auscultar” a história, visto que estas se mostram como depoentes de identidades ameaçadas e que de certa forma acabam por acolher trechos que se evidenciam como importantes para a exaltação dos aspectos singulares que ocorreram neste espaço social<sup>5</sup>.

Ainda pouco se sabe sobre os povos originários que habitavam o que hoje é o bairro de Bangu, contudo há uma boa documentação sobre a constituição da fazenda que o originou. De acordo com Assaf (2001), o negociante português Manoel de Barcelos Domingues desmembrara uma parcela significativa de terras produtivas da paróquia de Nossa Senhora do Desterro de Campo Grande. Os “sertões do oeste” era, à época, um grande vazio demográfico quando comparado ao Centro. Quando o Rio de Janeiro nem era capital colonial, no dia 21 de janeiro de 1673, Domingues funda a Fazenda Bangu. Naquele momento, pode-se deduzir que Bangu inaugurava um paradigma tecnológico que se distingue às dinâmicas dos povos autóctones.

### Imagem 1: Engenho da Serra, Bangu, Rio de Janeiro, [16??]



Fonte: Sena, [16??]

Ao visar a fabricação de açúcar, álcool, cachaça e rapadura, o Engenho da Serra (ver imagem 1) é o elemento material que constitui o prelúdio ao *plantation*<sup>6</sup>. Em conformidade com a égide colonial, Bangu é integrado à economia globalizada com a oferta daqueles produtos elaborados por mão de obra escravizada, sob a gerência de lusitanos e seus descendentes. A produção banguense era escoada por via terrestre até os portos de Guaratiba, onde seguia rumo à África e Europa. Na atualidade, nada restou sobre esse patrimônio erigido<sup>7</sup>, cuja memória colonial banguense quase nada guardou.

Deste modo, julgamos que a conservação e perpetuação de nosso passado devem ser vistas como passos fundamentais, pois sem a preservação de uma materialidade ou imaterialidade, ligada aos personagens, artefatos, monumentos, histórias e eventos que se mostram fundamentais para a compreensão e estruturação de todo o nosso senso identitário, um grande vazio nos assolaria, como se não tivéssemos importância perante “os outros” que nos cercam. Nesse sentido, Lowenthal (1998) nos

assegurar que esse sentido de preservação e perpetuação de singularidades locais só nos é conseguido graças às articulações que fazemos com nossa memória<sup>8</sup>, já que será através dela que nos ligaremos, como mencionará o autor, aos nossos “selvas” anteriores, numa busca constante para tentarmos nos compreender, alicerçar e projetar as relações atuais e futuras que nos espreitam.

Assim, é importante entendermos a memória enquanto um processo constante de percepção das ações, dos indivíduos e dos eventos que nos cercam e que auxiliam na nossa constituição enquanto indivíduos ou grupos sociais singulares, capazes de, consciente ou inconscientemente, apresentar um trabalho de organização precisa de fatos que acabam moldando nosso comportamento e o posicionamento em uma determinada sociedade. Portanto, é preciso ter em mente que a memória se apresentará como um artifício capaz de realçar, excluir, relembrar e recalcar certos acontecimentos importantes, ou não, para o posicionamento sociocultural dos indivíduos ou grupos sociais em suas respectivas comunidades, e que de certa forma, ao longo dos tempos, esta nos dará nosso sentido de identidade (Pollak, 1992).

De posse destes preceitos, ao voltarmos os olhos sobre esta sucinta análise historiográfica de Bangu, há de se destacar que a prosperidade da produção agrícola fez com que a posse da terra se acirrasse com as demais unidades produtivas vizinhas. Assaf revela que até o século XX, a Fazenda Bangu teve cerca de dez proprietários. Os autores dão destaque à Dona Ana Francisca, viúva de José Correia de Castro, que a partir de 1798, por intermédio de ações à Justiça conseguiu anexar diversas terras vizinhas, no que atualmente é Realengo. Após a morte da viúva banguense, o seu herdeiro Gregório de Castro Morais e Souza transfere suas terras ao Barão de Itacuruçá, Manuel Miguel Martins, em 1870 (Assaf, 2001: 12 - 13).

A partir da segunda metade do século XIX, o Rio de Janeiro já capital imperial começa a mudar seu modelo econômico com a introdução da indústria têxtil nos arredores do Centro. O Barão de Itacuruçá, interessado nos negócios que já se desenvolviam na região da Tijuca, demonstra pouco interesse nas terras adquiridas nos sertões de oeste. Vale ressaltar que em 1878 os trilhos da então Ferrovia D. Pedro II chegam a Santa Cruz (Giesbrecht, 2014), os quais passam a cortar a Fazenda Bangu. O cultivo do café, somado ao crescimento urbano do centro do Rio de Janeiro colocavam em risco o abastecimento d'água da região da Tijuca, fatores já identificados pelo engenheiro Henrique de Morgan Snell. Encarregado do governo imperial para construir uma fábrica nos arredores da Rua Conde de Bonfim, ele constatou que a irregularidade do acesso hidráulico poderia comprometer os negócios a longo prazo. Como alternativa, segundo Assaf, Snell ressaltara as qualidades ambientais de Bangu, com suas cachoeiras e nascentes, cuja “água era fundamental em seis das oito etapas do processo têxtil” (Assaf, 2001: 13).

Após convencer um grupo de comerciantes portugueses, Snell conseguiu adquirir as terras do Barão de Itacuruçá, cuja extensão englobava não apenas a fazenda Bangu, como também a do Agostinho, dos Amarais e do Retiro. De acordo com Assaf (2001), no dia 6 de fevereiro de 1889, ainda em período imperial, a Companhia Progresso Industrial do Brasil tivera suas obras finalizadas. A empresa responsável por erigir o principal elemento material que influencia até hoje a paisagem banguense foi a *The Morgan Snell and Company*. Por conta disso, a fábrica foi “inspirada em padrão de arquitetura industrial tipicamente britânico, utilizando material basicamente trazido da Inglaterra, além de telhas francesas e pinho-de-Riga finlandês” (Assaf, 2001: 14).

Parte dos prelúdios do terceiro movimento (até agora descoberto), em 1º de maio de 1890 fora inaugurada a estação de trem de Bangu, uma das primeiras no recém-instaurado período republicano. Com a instauração da fábrica e de toda a estrutura de suporte ao seu funcionamento, bem como as vilas de funcionários, as escolas, unidades de saúde, o paradigma tecnológico, a Fábrica de Tecidos Bangu apenas começa suas atividades no dia 8 de março de 1893 (Bangu Shopping, s/d). Tal fato consiste na aceleração dos passos à modernização do bairro. Conquanto seja presumível que a sucessão de paradigmas, dentro de uma perspectiva evolucionista, suplante e sufoque o anterior, a presença da produção primária não fora superada. De fato, o que houve em Bangu foi justamente mudança do cultivo de gêneros, cujos campos deixam de ser canaviais para tornarem-se algodoads que facilitariam a demanda por matéria prima aos tecidos.

Ainda sobre a construção da planta industrial, a relação da Companhia Progresso Industrial do Brasil com o Reino Unido não se daria apenas pela marca paisagística relacionada à arquitetura fabril. O “esporte bretão” viria a ter em Bangu seus primeiros toques por conta de um operário escocês chamado Thomas Donohoe. Conforme Pelli

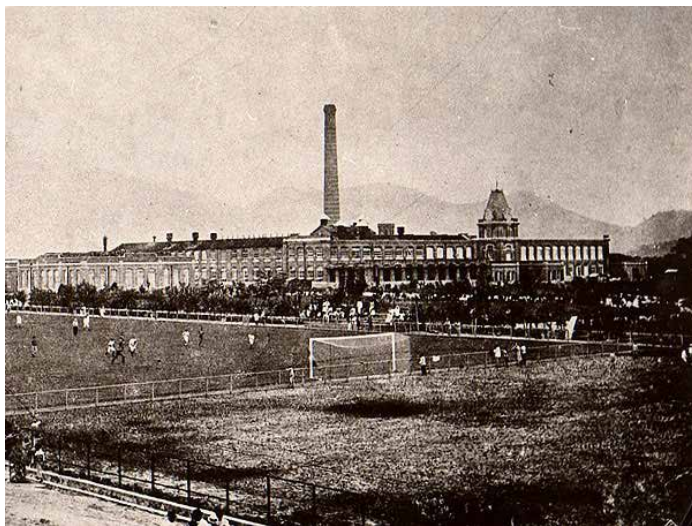
Seu Danau é como muitos banguenses se referem a Thomas Donohoe, que eles consideram o verdadeiro introdutor do futebol no Brasil. O escocês desembarcou no Rio em 21 de maio de 1894 e, em setembro daquele ano, já teria botado a bola para rolar – sete meses antes, portanto, daquela que é considerada a primeira partida oficial do futebol brasileiro, promovida em abril do ano seguinte por Charles Miller, em São Paulo (Pelli, 2012).



Com cerca de 200 dias de antecedência, um operário escocês e seus amigos superaram aquele que permanece no imaginário e nas publicações como o pioneiro do futebol no Brasil<sup>9</sup>. Aquela que fora a primeira partida de futebol em solo brasileiro também teria outra repercussão: o surgimento de um time chamado Bangu Atlético Clube. De acordo com a página eletrônica do clube,

Aos 17 de abril de 1904, na casa nº 12 da Rua Estevão, com a presença dos seguintes Senhores: John Starck, Fred Jacques, Clarence Hibbs, Thomas Hellowell, José Soares, William Procter, William Hellowell, William French, Segundo Maffeu e Andrew Procter, fundou-se um Club Athletic sob a denominação de “Bangu Athletic Club” (Bangu AC, s/d).

## Imagem 2: O primeiro estádio ao lado da Fábrica de Tecidos Bangu, Rio de Janeiro [190?]



Fonte: Autor desconhecido, [190?]. In: Bangu AC, s/d

O time que neste ano comemora 110 anos de vida, surgira como uma estratégia de coesão de funcionários e gestores em torno do futebol<sup>10</sup>. O primeiro campo oficial do time ficava às margens da ferrovia, na lateral da fábrica (ver imagem 2), na antiga Rua Ferrer (atual Avenida Cônego de Vasconcelos), foi palco da consolidação da prática do futebol no subúrbio do Rio de Janeiro. O pioneirismo banguense não cessou apenas na primeira partida de futebol registrada. O futebol fora difuso no Brasil, sobretudo, entre as elites num modelo de assimilação pelas classes trabalhadores. Como o bairro de Bangu cresceu em torno da fábrica em moldes britânicos, aqui os trabalhadores foram os protagonistas nesse esporte. Posteriormente à Lei Áurea, há de se ressaltar que boa parte da força de trabalho despendida na construção da fábrica era composta por negros. Ou seja, o Bangu Atlético Clube foi o primeiro a compor seu time com jogadores negros. De acordo com Assaf,

Em 1915, um fato chamou a atenção dos redatores de esportes dos principais jornais. Pela primeira vez, desde a fundação do clube, um brasileiro passou a ocupar a presidência do Bangu A. C. A tarefa coube a Noel de Carvalho, fluminense de Resende, poeta e escritor, um intransigente defensor do aproveitamento dos negros nos campos de futebol, numa época em que a elite ainda dominava a Liga Metropolitana de Sports Athléticos (Assaf, 2001: 24).

Porém, antes mesmo de Noel de Carvalho, o Bangu Atlético Clube torna-se o primeiro clube de desportos brasileiro a apresentar Francisco Carregal, um jogador negro que se consagra como o primeiro brasileiro dentro das quatro linhas a defender a camisa alvorrubra<sup>11</sup>. O fato se consolida quando, em 1905, o Bangu juntamente com o Botafogo e o Fluminense realizam o primeiro campeonato regional, tendo Carregal, um filho de português com uma brasileira negra, em sua equipe (ver imagem 3). Por conta de romper com as relações tradicionais e étnicas da prática do futebol no início do século XX, o Bangu Atlético Clube recebeu a Medalha Tiradentes<sup>12</sup> em 2001.

**Imagem 3: Equipe do Bangu Atlético Clube com Carregal no centro, Rio de Janeiro [1914]**



**Fonte:** Autor desconhecido apud Terceiro Tempo (s/d)

O Bangu Atlético Clube vivenciaria muitas mudanças ainda nas primeiras décadas de sua existência. Em 1933, o alvirrubro de Bangu se sagra campeão carioca<sup>13</sup>. Já partir de 1943, seu estádio foi desativado e seu terreno, vendido. O novo centro de treinamento apenas ficaria pronto em 1947, o que significou que os jogos do Bangu foram distantes de sua apaixonada torcida. Com o nome de Estádio Proletário Guilherme da Silveira Filho (ver imagem 4), o reduto do futebol banguense tem uma relação ambígua com sua nomenclatura. Guilherme da Silveira Filho, também conhecido como Silveirinha, fora engenheiro e filho de Manuel Guilherme da Silveira Filho, quem desde a década de 1920 gerira a unidade fabril. Guilherme da Silveira (o pai) era médico pediatra e clínico geral, sendo também um dos acionistas da Companhia do Progresso Industrial do Brasil. Por conta de sua boa influência junto à clientela formada por uma elite abastada do Rio de Janeiro, Silveirinha assume por indicação a presidência da Fábrica de Tecidos Bangu em 24 de março de 1923 (Assaf, 2001: 28 – 36).

**Imagem 4: A construção do Estádio do Bangu Atlético Club com a Praça Nova Jales (Praça de Guilherme da Silveira) a frente, Rio de Janeiro [1947]**



**Fonte:** Autor desconhecido, 1947. In: Bangu AC, s/d.

Em 1936, Silveirinha passa a trabalhar na fábrica e rapidamente manifesta sua inclinação ao futebol quando, em 1937, assume por eleição a presidência do Bangu Atlético Clube, bem como é nomeado superintendente da Companhia. Guilherme da Silveira ficou conhecido pela sua habilidade em lidar com os impactos da Crise de 1929, sendo convidado a assumir a presidência do Banco do Brasil entre novembro de 1945 a junho de 1949, seguida do Ministério da Fazenda no fim do governo de Eurico Gaspar Dutra. Segundo Assaf, coubera a Silveirinha ocupar os cargos deixados por seu pai. O clã dos Silveira é reconhecido por ter priorizado aspectos sociais de assistência aos proletários da Fábrica de Tecidos Bangu, ao ponto do vereador do Partido Comunista Algildo Barata dizer que “com indústrias assim, fica difícil o comunismo vencer no Brasil” (*apud* Assaf, 2001: 38). Consequentemente, por mais que Guilherme da Silveira<sup>14</sup> não tenha sido *stricto sensu* um proletário, seus intentos em propiciar estruturas que propiciassem um ambiente favorável aos trabalhadores são parte da explicação que subjaz a emergência do nome do estádio do Bangu Atlético Clube.

O estádio foi construído no antigo Marco Seis, região onde hoje parte pertence ao bairro de Padre Miguel, mais exatamente na região entre a Praça dos Abrolhos e o Ponto Chique. Nessa região vivia uma formosa jovem, a qual tinha por costume passear com suas amigas num chafariz defronte à sua casa. Tal fato chamava atenção, segundo Assaf (2001), de uma gama variada de rapazes, sobretudo jovens cadetes da Escola de Campos dos Afonsos quando em folga, que vinham dos arredores para apreciar sua beleza. Assim, a região do entorno do estádio ficou conhecido como Moça Bonita, dando uma espécie de apelido ao centro de treinamento e cada do Bangu Atlético Clube. Hoje, o Estádio de Moça Bonita tem a capacidade de abrigar cerca de 9 mil pessoas, que podem acessá-lo tanto por transporte rodoviário, quanto pela linha férrea na Estação de Guilherme da Silveira.

Outro fenômeno cultural que surge por conta do paradigma urbano industrial banguense é sua relação com o Carnaval. Em 1903, surge o Grupo Carnavalesco Flor da Lira, o qual figura entre os primeiros no subúrbio carioca. As manifestações culturais desses grupos se assemelham com os ranchos carnavalescos<sup>15</sup>, uma espécie de adaptação festiva de matrizes lusas e da África ocidental. No ano seguinte, surge o Grupo Carnavalesco Flor da União, composto apenas por negros (Assaf, 2001: 18-19). Mas será apenas na década de 1950 a região entrará para o mapa do samba. Próximo à região do Estádio de Moça Bonita, o bairro de Padre Miguel viu surgir o Grêmio Recreativo Escola de Samba Mocidade Independente de Padre Miguel, em 10 de novembro de 1955. Conhecida como a verde e branco da Zona Oeste, a Mocidade apenas desfilará no grupo especial do carnaval do Rio de Janeiro em 1958. Ambiciosa desde o início, a agremiação mais famosa da região obteve a quinta colocação no ano seguinte, ficando atrás das únicas agremiações que costumeiramente ganhavam os desfiles<sup>16</sup>. O motivo principal dessa conquista para a região foi a “paradinha” do Mestre André (ver imagem 5), José Pereira da Silva, o qual seguiu o conselho de Djalma Nicolau, o “Galo Velho” (Assaf, 2001: 42).

### Imagem 5: Mestre André no desfile da Mocidade, Rio de Janeiro [1979]



Fonte: Salgado, 1979 apud Bruno, 2009

Se os tambores de umbanda e candomblé vão inspirar as inovações do samba produzido na região, a fé católica vai deixar outra marca do legado britânico na região. A Capela de São Sebastião e Santa Cecília que foi inaugurada em 1908. Em estilo neogótico inglês, com vitrais e arcos apontados no interior e uma torre sineira encimada por cúpula piramidal, a já centenária igreja tem sua marca maior voltada aos tijolos que acompanhavam o estilo das construções fabris (ver imagem 6), a qual segue as cores vermelho e branco. O Instituto Estadual do Patrimônio Cultural (INEPAC) foi responsável pelo tombamento da maior marca paisagística e religiosa banguense em 1990 (INEPAC, s/d).

**Imagem 6: Igreja de São Sebastião e Santa Cecília, Rio de Janeiro [200?]**



**Fonte:** INEPAC, s/d.

Além das inovações que Bangu vivenciou no esporte e nas artes, o bairro também entrará na história da moda nacional. Por iniciativa de Maria Cândida de Sousa Silveira, mulher de Joaquim Guilherme da Silveira (cunhada de Silveirinha e nora de Guilherme da Silveira), tem a ideia de realizar um desfile de moda de cunho beneficente. Candinha Silveira, como era conhecida, juntamente com outras mulheres da alta sociedade fluminense, institucionaliza um evento onde elas desfilaram com trajes confeccionados a partir de tecidos da Fábrica de Tecidos Bangu no Copacabana Palace Hotel, em 1951. Ainda inédito no Brasil, essa estratégia que aliava filantropia à divulgação da produção têxtil banguense iria desembocar no Miss Elegante Bangu, cujas moças de diversas partes do Brasil (ver imagem 7) iriam competir no mesmo hotel sob os olhos de toda mídia da época (Assaf, 2001: 39 – 40).

**Imagem 7: Maria Helena Quirino dos Santos, de Araraquara, São Paulo, Miss Elegante Bangu 1958, com um modelo da coleção 1959.**



**Fonte:** Revista Querida, 1958 apud Lima, 2010

As mudanças no padrão tecnológico de produção e consumo em Bangu alteraram as formas de relação entre banguenses e outros atores que intermediam essa rede. Segundo Schumpeter, há dois motivos subjacentes à produção: necessidades e problemas econômicos. Neste trabalho, foge-se da perspectiva evolucionista cujos paradigmas tecnológicos se sobreporiam ao ponto de exterminar o anterior. Muito pelo contrário, pois, em Bangu, o modelo agrícola não foi extinto mesmo com o intenso processo de assimilação produtivo de modelo fabril. A urbanização e a industrialização do bairro não exterminaram a agricultura, por exemplo. Talvez, das poucas reminiscências relativas e compreensivas do modelo anterior à inserção da agricultura de moldes *plantation* seja o nome do bairro. De acordo com Assaf (2001: 48), estudiosos sobre toponímia defendem que Bangu<sup>17</sup> deriva do tupi “banguê”, cujo significado seria “anteparo escuro” ou “barreira negra”, isto é, uma possível relação com o Maciço da Pedra Branca (ver imagem 8).

**Imagem 8: Maciço da Pedra Branca e o bairro de Bangu, Rio de Janeiro [2005]**



**Fonte:** Vinícius, 2005 apud Skyscrapercity, 2011

Há também uma corrente que defende que Bangu deriva de um termo africano que seria uma referência a uma padiola feita de couro, fibras e varas que serve para movimentar cargas. Assim, existe uma evidente relação com a expressão “á bangu”, com significado de algo improvisado e feito sem esmero. A depender do que se segue, muitos nomes de marcos geográficos (Sarapuú, Boiobi, Amanajó, Urucum, Murundu, etc.)<sup>18</sup> ora remetem a matriz cultural tupi, ora a africana. Em conformidade com essas evidências, fica o legado do paradigma que regia a transição dos primeiros povos ao *plantation*. Após a consolidação da Fábrica de Tecidos Bangu, uma série de preocupações se concretizaram na manutenção de atividades agrícolas ligadas à produção de gêneros como polvilho, melado, farinha de mandioca e outros produtos que abasteciam o nascente comércio local que já demandava alimentos de outras localidades (Assaf, 2001).

### 3. O fim do modelo industrial banguense: processos de mudança na conjuntura social e o setor terciário

A partir de 1960, a história do Rio de Janeiro será marcada pela transferência da capital federal para a recém criada Brasília. Por cerca de quinze anos, o que era o Distrito Federal passa a ser o Estado da Guanabara, vindo a se extinguir com sua fusão à “velha província”. Em 1975, o então Estado do Rio de Janeiro deixa de ter sua capital em Niterói com mudança para a cidade do Rio de Janeiro. O crescimento da procura de classes abastadas por terrenos na Zona Sul e arredores inicia um processo de gentrificação desta região. O desmanche de localidades proletárias encravadas na Zona Sul, Centro e Grande Tijuca fazem com que o governo enxergue no subúrbio a alternativa para reassentar essas populações.

Se Guilherme da Silveira rejeitara concorrer ao governo do então Estado da Guanabara, seu possível adversário foi aquele quem o agregou durante parte do mandato. Carlos Lacerda foi uma figura política de posições muito controversas<sup>19</sup>. Ao coligar-se com Lacerda, Guilherme da Silveira mesmo após afastar-se do Banco Nacional da Habitação construiu diversos condomínios populares (ver imagem 9). Em concordância com Assaf, a estratégia para que os desalojados das regiões elitizadas da cidade fossem para Bangu eram

[...] financiamento a perder de vista, em suaves prestações, trabalhando nas indústrias que logo seriam instaladas na região, condução fácil, cursos de especialização profissional, escolas, hospitais, além de áreas de lazer e recreação (ASSAF, 2001: 45).

#### Imagem 9: O “embrutecimento” da paisagem banguense: o Conjunto Residencial Cardeal Dom Jaime Câmara, Rio de Janeiro [199?]



Fonte: Humanas, 2010.

O Conjunto Residencial Cardeal Dom Jaime Câmara foi a evidência dos planos de cisão entre subúrbio e centro. O que já fora o maior conjunto habitacional da América Latina (Assaf, 2001), é a demonstração de que a população empobrecida da cidade do Rio de Janeiro passaria a ter endereço certo

Sete mil e 200 apartamentos, em 180 blocos distribuídos por uma área de cerca de 450 mil metros quadrados (54 vezes o gramado do Maracanã). O maior conjunto habitacional do Rio, o Dom Jaime Câmara, construído em 1969, atravessa dois bairros - Bangu e Padre Miguel - tem cerca de 26 mil moradores, população superior à de 37 dos 92 municípios do Estado do Rio, e uma quantidade de problemas igualmente superlativa. Em seus 42 anos, a fase de crescimento do conjunto não cessa. Nele, pelo menos 1.800 puxadinhos rompem com a homogeneidade dessa “cidade” de prédios gêmeos. Gatos de energia, prestações acumuladas, praças malconservadas, ausência de escolas de ensino médio e apartamentos invadidos pelo tráfico também compõem o quadro (Galdo; Daflon, 2011).

Não apenas relações internas moldam as manifestações em Bangu. Muito do que a economia mundial repercutira influenciara nos locais de memória. A fábrica, o estádio, os tecidos, os clubes de convivência são reflexos de mudanças paradigmáticas que se mantém ou se modificam ao sabor dos engajamentos dos atores. A partir da década de 1970, o bairro de Bangu passou pelo processo que Assaf chama de “embrutecimento”. As promessas de crescimento urbano aliado às necessidades de emprego e renda não foram concretizadas pelo movimento econômico que tem nítida relação com o Choque do Petróleo, o início do movimento de neoliberalização econômica, bem como o esgotamento do estado desenvolvimentista promovido pela ditadura militar brasileira.

Para celebrar a ruína do paradigma industrial-urbano, não bastasse o Bangu Atlético Clube ter perdido a final do Campeonato Brasileiro de 1985 contra o Coritiba, embora a Mocidade tenha conquistado seu segundo título de campeã do carnaval carioca, em 1987, o então governador do Rio de Janeiro, Moreira Franco, constrói nas áreas agricultáveis de Bangu o maior complexo penitenciário fluminense. Assim, o imaginário do bairro da fábrica, do time de futebol operário, da precursão dos desfiles de moda e da “Bateria Nota 10 do Mestre André” ou mesmo “Bateria Não Existe Mais Quente”, são solapadas pelas notícias relacionadas aos crimes cometidos por encarcerados que permanecem em Bangu. Além disso, com o recrudescimento e desindustrialização da economia fluminense no pós-1980, a favelização se expande. A imperar um período neoliberal na economia nacional, Bangu presenciou o surgimento de subempregos ou mesmo de atividades ligadas ao tráfico de drogas e armas. A violência no bairro, a fuga dos empregos e o declínio da Fábrica de Tecidos Bangu vão apenas ser amenizados com mais três títulos da Mocidade (1990, 1991, 1996).

Apenas na virada do milênio, o centro do bairro de Bangu que já passa a contar com mais de 400 mil habitantes ganha novos ares. Sob o segundo mandato do prefeito César Maia, o bairro passa por reformas que deixam mais marcas em sua paisagem. O Rio Cidade 2 trouxe para Bangu cobertura fixa para o calçadão, aspersor de água para amenizar as altas temperaturas, bem como as escadas rolantes que ligam os dois lados do bairro cortado pela linha férrea (ver imagem 10).

### Imagem 10: Calçadão coberto de Bangu, Rio de Janeiro [2012]



Fonte: Machado, 2012.

Ao modificar a paisagem, oferecer algumas amenidades ao núcleo comercial do bairro, Bangu passa para seu quarto e atual paradigma sustentado na economia de serviços. Embora houvesse ainda nos tempos áureos da Fábrica de Tecidos Bangu<sup>20</sup> um forte comércio no bairro, hoje o setor tem maior centralidade na vida de quem produz e consome em Bangu. Na atualidade, a economia fluminense tem seu mote voltado ao setor terciário, o qual inclui o turismo. Mais de 60% do que se produz no Rio de Janeiro é proveniente do setor de serviços e comércio (IBGE, 2012). O marco desse novo momento na história de Bangu é a readequação da antiga unidade fabril ao Bangu Shopping.

### Imagem 11: De fábrica ao Bangu Shopping, Rio de Janeiro [2012]



Fonte: Engineering, 2012

De acordo com a empresa que se responsabilizou pelas obras, o Bangu Shopping, inaugurado em 30 de outubro de 2007, se caracteriza pela reunião de grandes empresas do varejo nacional e internacional. Outro fator é que por ser um bem tombado<sup>21</sup>, o local tem de promover contrapartidas culturais, as quais privilegiam os aspectos históricos da região. Há de se ressaltar que o comércio de rua banguense sempre foi muito forte, contando inclusive com o primeiro camelódromo coberto do país, situado ao lado do atual shopping.

Embora o atual modelo econômico privilegie os aspectos relacionados ao setor de serviços, mesmo sob ciência do pioneirismo de Bangu com relação ao futebol, o bairro ainda não figura entre os principais redutos da memória do esporte. Não fosse pelos atores locais interessados em salvaguardar e proteger o que ainda resta sobre os diversos modelos tecnológicos pelos quais Bangu passou e ainda passa, talvez pouquíssimo restasse<sup>22</sup>. Devido à sua tradição turística, o Rio de Janeiro tem em seu território diversas manifestações de atividades produtoras de serviços de lazer e hospitalidade. A capital fluminense, dentre os mais de 5 mil municípios brasileiros, é o segundo destino mais visitado pelo público nacional com cerca de 3,5% desse fluxo, a ser desbancada da primeira colocação pela cidade de São Paulo, com mais de 5% (Brasil, 2012).

O Brasil, recentemente, teve a oportunidade de sediar a Copa do Mundo de Futebol. O evento que poderia de certa forma inserir Bangu dentro de alguma iniciativa de descentralização e fomento ao turismo ligado ao futebol não teve, ao menos por parte do poder público, qualquer apoio. Ao buscar nas páginas eletrônicas dos órgãos de públicos de promoção ao turismo, tanto a prefeitura e estado do Rio de Janeiro, bem como o Ministério do Turismo sequer fazem menção a Bangu e sua história com o futebol. Por iniciativa do Bangu Shopping com alguns atores sociais engajados pela memória do bairro, uma estátua (ver em imagem 12) em homenagem ao escocês, Thomas Donohoe, ou “Seu Danau”, foi inaugurada no dia 05 de junho de 2014, poucos dias antes do início da Copa do Mundo. Por mais que o evento fosse noticiado<sup>23</sup> em alguns meios de comunicação, o poder público não instigou qualquer projeto que englobasse a região e seu legado.

Em discursos passados a respeito da importância que a atividade turística acarreta sobre uma comunidade, sempre podemos identificar as seguintes palavras-chave: investimento, formação de capital e geração de empregos. Poucos são os empreendedores que realmente possuem uma visão social a respeito



do fenômeno turístico. Tal lógica de mercado, bem apresentada por Molina (2002:18-19) enxergará a atividade turística sob os preceitos da pós-industrialidade, mencionando:

[...] novos requisitos para ser competitivos nos mercados intensamente disputados: a diferenciação nos produtos/serviços e também a desmassificação dos mercados ou da alta segmentação, o começo da personalização dos serviços, a descentralização de decisões nas empresas e a ecologia que deriva também da estratégia de desenvolvimento sustentável. Todos eles aparecem como referentes cruciais do novo modelo.

**Imagem 12: Homenagem ao pioneiro do futebol brasileiro, Thomas Donohoe, Rio de Janeiro [2014]**



Fonte: Nemzetisport, 2014.

Em tal fase, a visão pela qual o mercado encara a cadeia produtiva do turismo relega-se, única e exclusivamente, à visão do empreendedor e a do próprio turista. Não há a preocupação com os impactos negativos ocasionados por tal interação e muito menos com as necessidades, anseios e expectativas da comunidade autóctone em que o turismo é operacionalizado. Entretanto, com o advento da pós-modernidade, o homem adquire a necessidade de romper, mesmo que momentaneamente, os vínculos que possui com o seu cotidiano, buscando, na atividade turística, um cenário que lhe ofereça experiências e vivências completamente distintas daquelas vivenciadas em sua urbe. Percebe-se que tais indivíduos sentem o desejo de conhecer novas culturas e até mesmo reconhecer-se em meio da imensidão, quase que infinita, de indivíduos e grupos sociais que os cercam diariamente.

Tal premissa encontrará base e será acolhida por meio da planificação e operacionalização da atividade turística a partir do momento em que esta é entendida, tal qual explana Molina (2002), enquanto o “Pós-turismo”. Cria-se, a partir desta faceta de desenvolvimento da atividade turística, sua terceira visão. Antes, os ideais turísticos eram atrelados aos objetivos de empreendedores e turistas. Agora, os mesmos devem ser atrelados às necessidades, anseios e expectativas da população autóctone<sup>24</sup>.

Nesse sentido, clama-se aqui que a atividade turística deva encontrar, tal qual os apelos de desenvolvimento sustentável, um tripé que sustente sua prática. Destarte, o turismo deve, de maneira justa, ética e equitativa, exaltar o desenvolvimento cultural, social e econômico de uma localidade, atendendo através de sua gestão participativa os anseios dos atores que, direta ou indiretamente, são responsáveis pela sua construção. Tal atividade/fenômeno deve ser concebida enquanto uma ferramenta que vise a preservação e contemplação de todo e qualquer resquício que faça de uma localidade um

espaço atrativo e singular, assim como o exemplo de Bangu. Nesse sentido, Bangu, juntamente com sua memória e identidade, pode ser trabalhado como um centro de memória viva, utilizada tanto pelos empreendimentos turísticos cariocas já consagrados, quanto por outros serviços que reforcem a qualidade de vida da população local.

Afinal de contas, é interessante notar que em nosso meio social somos constantemente interpolados a objetos que possuem a capacidade de nos proporcionar inúmeras vivências, pois estes representam o passado e o presente ao mesmo tempo, posto suas funções e representações, históricas e atuais, constantemente se interagem, sendo isto possível de ser visto através de cenários urbanos que reforcem e transparecem os sentimentos de coexistência temporal, entre tempos que podem demonstrar usos e abusos de imagens cruciais para a nossa formação sociocultural (Lownthal, 1998). Tudo dependerá da maneira como os observamos, dos significados e representações que estipulamos aos mesmos, e da acepção histórica que os mesmos têm perante os indivíduos que os cercam e que fizeram e ainda fazem parte de seu universo.

Afinal de contas, assiduamente, o ser humano se defronta com experiências que os situam em uma linha de tempo ligada ora ao nosso passado, ora ao nosso presente. Em nosso meio social, somos constantemente interpolados a objetos e remetidos a ações não características de nosso tempo atual e é inegável que estes se mostram de extrema importância para a compreensão, elaboração e percepção de nosso tempo presente. Deste modo, serão através destas relações que grupos sociais apresentarão suas características e singularidades, fatores estes que emolduraram o sentido de suas identidades e que possibilitam o conhecimento necessário sobre sua própria história. Tal fato poderia lembrar um poema, cuja autoria pertence a Paulo Esdras<sup>25</sup> sobre a maneira como o tempo, de certa forma, regulamenta nossa própria maneira de perceber e agir perante nossos ritmos de vida, semelhantes, estranhos e objetos que nos cercam:

*O segredo do tempo é consumi-lo sem percebê-lo.  
É fingir-se infinito para não o vermos passar  
É fazer-se contar em anos em vez de momentos*

*Relógio, despertador, cronômetro, calendário  
Tudo engodo para imaginarmos prendê-lo, controlá-lo*

*Ampulheta, único instrumento sincero do tempo  
Regressivamente, nos impõe a gravidade  
De haver realmente um último grão  
Riscando na areia a nossa fragilidade*

*Faz-se devagar nos maus momentos  
Depressa quando o queremos*

*Ponteiro invisível da vida  
Peça necessária do fim*

*A sua fome é insaciável  
A sua vontade é determinante  
A sua procura é unanime*

*Se esconde nas sombras que se movem  
Nos objetos que não mais servem  
Nas pessoas que nunca mais vimos  
Na podridão das frutas que não foram colhidas  
Nas lembranças já esquecidas*

*Revela-se nas fotos que se desbotam  
Nas cartas que amarelam  
Nas crianças que crescem  
Nas rugas que aparecem*

#### 4. Considerações finais

Nesse universo intrigante de conceitos e vislumbres indubitavelmente complexos, devemos nos ater ao fato de que a cultura deve ser vista como um processo inconsciente (Cucho, 2002) uma vez que valores, crenças, tradições, costumes, hábitos e comportamentos que são cotidianamente exercidos e praticados por membros de um determinado grupo social, e em muitas das vezes assimilados e praticados de uma maneira involuntária, como se fossem reflexos inculcados graças a um ou vários estímulos provindos do meio que estamos inseridos, seja este um ambiente familiar ou social.

O que percebemos, portanto, é que a maior parte de nossos comportamentos mostram-se como verdadeiras respostas programadas a forma como reagimos, de tal maneira que em determinados momentos sentimos a própria normatividade das ações de nosso cotidiano. Comentamos, questionamos, agimos e recordamos sobre fatos, muitas das vezes graças a estímulos, negativos ou positivos, oriundos de nosso próprio meio social.

Já a Identidade Cultural, como sugere Cucho (2002), mostra-se como sendo um processo consciente, simplesmente pelo fato de que esta é baseada na ideia de exaltação do diferente. Ou seja, há a necessidade de que os indivíduos pertencentes a um grupo social criem mecanismos que farão com que essa consagração ao diferente seja apreciada e muitas vezes perpetuada não só aos indivíduos que fazem parte de seu meio, como também àqueles que não o fazem.

Mesmo com os sucessivos paradigmas tecnológicos, os quais não se excluem, embora assumam certo protagonismo ao sabor da história que os atores locais se engajam, Bangu tem se (sido) posicionado de modo coadjuvante no cenário turístico. Os intentos da iniciativa privada local e de moradores entusiastas ainda não é o suficiente para que Bangu passe a constar nos roteiros turísticos do Rio de Janeiro. A trajetória que esse território apresenta ainda guarda vestígios importantes quanto à área de produção de olerícolas (há ainda uma forte produção de chuchu, couve, caqui, salsa, cebolinha, banana, alface...), bem como o patrimônio erigido em torno do modelo fabril, o qual hoje desempenha uma função ligada ao comércio, pode ser um ponto de partida para o surgimento do futebol, do carnaval, da moda e de tantas outras atividades que podem ser desenvolvidas.

Se Bangu não configura um dos principais destinos turísticos da cidade do Rio de Janeiro, talvez deveriam os moradores locais usufruir e demandar mais serviços de entretenimento, cultura, com vistas a fortalecer a identidade que o bairro quer manter e levar adiante. As bandeiras levantadas contra o racismo, pela divulgação do que se produz, bem como a marca proletária do bairro que ainda preserva certos aspectos britânicos têm de prevalecer sobre a violência, o descaso e a negligência para com a cultura do subúrbio do Rio de Janeiro.

Além disso, ao se pensar em procedimentos relacionados à planificação e gestão da atividade turística, seus atores devem considerar um dos princípios analisados por Krippendorf para a proposição de uma nova concepção do turismo que buscasse assegurar o seguinte objetivo

[...] assegurar e otimizar a satisfação das múltiplas necessidades turísticas dos indivíduos de todas as camadas sociais no âmbito das instalações adequadas e num meio ambiente intacto, levando em consideração os interesses da população autóctone. [...] A política do turismo não estará mais centrada exclusivamente nas finalidades econômicas e técnicas, mas também respeitará o meio ambiente e levará em conta as necessidades de todas as pessoas envolvidas. [...] A política do turismo não estará mais centrada exclusivamente nas finalidades econômicas e técnicas, mas também respeitará o meio ambiente e levará em conta as necessidades de todas as pessoas envolvidas. Um turismo que satisfaça essas condições, no meu entender, é um turismo “suave” ou um “turismo adaptado. (2001:136).

#### Bibliografia

- Assaf, Roberto  
2001. “Bangu: bairro operário, estação do futebol e do samba”. Rio de Janeiro: Relume Dumará, Prefeitura do Rio de Janeiro, Bangu AC  
s/d. “O clube: História - Bangu e sua vida. Rio de Janeiro”. Disponível em: <<http://www.bangu-ac.com.br/historia.htm>> Acesso em 28 out.2014.

## Bangu Shopping

s/d. “O shopping: história do shopping. Rio de Janeiro”. Disponível em: <[http://www.bangushopping.com/index.php?option=com\\_content&view=article&layout=historia&id=9&Itemid=](http://www.bangushopping.com/index.php?option=com_content&view=article&layout=historia&id=9&Itemid=)> Acesso em 28 out. 2014.

## Brasil, Ministério do Turismo

2012. “Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil – 2010-2011”. São Paulo: FIPE. Disponível em: <[http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/demanda\\_turistica/domestica/downloads\\_domestica/Demanda\\_domestica\\_-\\_2012\\_-\\_Relatorio\\_Executivo\\_nov.pdf](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/demanda_turistica/domestica/downloads_domestica/Demanda_domestica_-_2012_-_Relatorio_Executivo_nov.pdf)>. Acesso em: 23 jun. 2014.

## Bruno, Leonardo

2009. “Roda de samba – Mocidade homenageia Mestre André, o inventor da paradinha”. Rio de Janeiro: Extra. Disponível em: <<http://extra.globo.com/tv-e-lazer/roda-de-samba/mocidade-homenageia-mestre-andre-inventor-das-paradinhas-390844.html>> Acesso em 01 nov. 2014.

## Cuche, Denys

2002. “A noção de cultura nas ciências sociais”. Bauru/SP: EDUSC,.

## D’ALESSIO, Marcia Mansor

1998. “Intervenções da memória na historiografia: identidades, subjetividades, fragmentos, poderes”. In: Projeto História. Trabalhos da Memória. *Revista do Programa de Pós Graduação em História da PUC/SP*. São Paulo, EDUC, n. 17, Nov/98, PP. 269-280.

## Engineering

2012. “Bangu Shopping”. Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://engineering.com.br/site/projetos-e-cases/bangu-shopping/>> Acesso em 01 nov. 2014

Ferreira, Antônio; Luca, Tania Regina de; Ikoï, Zilda Gricoli (Org.)

1999. “Encontros com a História: percursos históricos e historiográficos de São Paulo”. IN: Rodrigues, Marly. *Patrimônio, espelhos do passado*. São Paulo: Ed. Unesp.

## Galdo, Rafael; Daflon, Rogério

2011. “Dom Jaime Câmara, maior conjunto habitacional do Rio, tem 26 mil moradores e anexos irregulares de até sete andares”. Rio de Janeiro: O Globo. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/rio/dom-jaime-camara-maior-conjunto-habitacional-do-rio-tem-26-mil-moradores-anexos-irregulares-de-ate-sete-andares-2772231#ixzz3HrtP1Nqt>> Acesso em 01 nov. 2014.

## Giesbrecht, Ralph Mennucci

2014. “Estações ferroviárias Central do Brasil: Mangaratiba – Bangu”. São Paulo. Disponível em: <[http://www.estacoesferroviarias.com.br/efcb\\_rj\\_mangaratiba/bangu.htm](http://www.estacoesferroviarias.com.br/efcb_rj_mangaratiba/bangu.htm)> . Acesso em 27 out. 2014.

## Halbwachs, Maurice

1990 *A Memória Coletiva*. São Paulo: Vértice Editora Revista dos Tribunais.

## Humanas

2010. “História do Conjunto Residencial Cardeal Dom Jaime Câmara”. Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://grupodehumanas.blogspot.com.br/2010/11/historia-do-conjunto-residencial.html>> Acesso em 01 nov. 2010.

IBGE. Estados – Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/estadosat/temas.php?sigla=rj&tema=censodemog2010\\_rend](http://www.ibge.gov.br/estadosat/temas.php?sigla=rj&tema=censodemog2010_rend)> Acesso em 02 nov. 2014.

## Instituto Cultural Cravo Albin

s/d. “Dicionário de Cravo Albin da Música Popular Brasileira – Rancho carnavalesco”. Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://dicionariompb.com.br/>> Acesso em 01 nov. 2014.

## Inepac

s/d. “Bens tombados - Igreja de São Sebastião e Santa Cecília”. Rio de Janeiro: Governo do Estado do Rio de Janeiro. Disponível em: <[http://www.inepac.rj.gov.br/index.php/bens\\_tombados/detalhar/375](http://www.inepac.rj.gov.br/index.php/bens_tombados/detalhar/375)> Acesso em 01 nov. 2014.

## Jelin, Elizabeth

2001. *Los trabajos de la memoria*. Ed. Siglo XXI, España, Argentina.

## Krippendorf, Jost

2001 *Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. São Paulo: Aleph.

## Lima, Daslan Melo

2010. “Sessão nostalgia - o concurso Miss Elegante Bangu e aquele dezembro de 1958”. Timbaúba, PE: Passarela Cultural. Disponível em: <[http://passarelacultural.blogspot.com.br/2010/12/sessao-nostalgia\\_18.html](http://passarelacultural.blogspot.com.br/2010/12/sessao-nostalgia_18.html)> Acesso em 28 out. 2014.

Lowenthal, David

1998. "Como conhecemos o passado". In: *Projeto História. Trabalhos da Memória. Revista do Programa de Pós Graduação em História da PUC/SP*. São Paulo, EDUC, n. 17, Nov/98, PP. 63-201.

Machado, Andréa.

2012. "Casa – Comércio é um dos pontos positivos de Bangu". Rio de Janeiro: Extra. Disponível em: <<http://extra.globo.com/casa/comercio-um-dos-pontos-positivos-de-bangu-6024367.html>> Acesso em 01 nov. 2014.

Mendonça, Marina Gusmão de

2002. *O demolidor de presidentes: a trajetória política de Carlos Lacerda, 1930-1968*. São Paulo: Códex.

Mills, John

2005. *Charles Miller: o pai do futebol brasileiro*. São Paulo: Panda Books.

Molina, Sérgio

2002. *O pós-turismo – dos centros turísticos industriais para as ludópolis*. México: Molina.

Nemzetisport

2014. "Ott jártunk, ahol megszületett a Brazil futball: minden egy skóttal kezdődött". Budapeste. Disponível em: <[http://www.nemzetisport.hu/hazaadas\\_marosi\\_gergely/egy-skot-kelmefestovel-kezdodott-az-ot-vb-aranyig-vezeto-brazil-ut-2349315](http://www.nemzetisport.hu/hazaadas_marosi_gergely/egy-skot-kelmefestovel-kezdodott-az-ot-vb-aranyig-vezeto-brazil-ut-2349315)> Acesso em 02 nov. 2014.

Pelli, Ronaldo

2012. "O pioneiro de Bangu". *Revista Piauí*. Disponível em: <<http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-75/esquina/o-pioneiro-de-bangu>> Acesso em 28 out. 2014.

Pollak, Michael

1989. *Memória, esquecimento e silêncio*. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol. 2(3): 3-15..

Pollak, Michael

1992. *Memória e identidade social*. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol. 5(1): 200-212.2.

Possas, Lidia Maria Vianna

2001. *Mulheres, Trens e Trilhos: modernidade no sertão paulista*. Bauru: EDUSC.

Schumpeter, Joseph Alois

1997. *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico*. São Paulo: Nova Cultural.

Sena, Julio

[16?]. "Engenho da Serra". Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://memoriadebangu.weebly.com/fazendas.html>> Acesso em 27 de outubro de 2014.

Skyscrapercity

2011. "Arqueologia industrial – Uma bela foto aérea do Shopping Bangu". Disponível em: <<http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=951050>> Acesso em 29 out. 2014.

Terceiro Tempo

s/d. "Francisco Carregal: o primeiro jogador negro do Brasil". São Paulo. Disponível em: <<http://terceirotempo.bol.uol.com.br/que-fim-levou/francisco-carregal-1987>> Acesso em 28 out. 2014.

Zarko, Raphael

2009. "Exposição celebra os 105 anos do Bangu, um pioneiro do futebol brasileiro – Futebol". Rio de Janeiro: Globoesporte.com. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/Esportes/Noticias/Futebol/0,,MUL1087932-9825,00-EXPOSICAO+CELEBRA+OS+ANOS+DO+BANGU+UM+PIONIRO+DO+FUTEBOL+BRASILEIRO.html>> Acesso em 28 out. 2014.

## Notas

<sup>1</sup> Ver: D'Alessio (1998).

<sup>2</sup> Ver: Jelin (2001); Pollak (1992); Possas (2001).

<sup>3</sup> Assim como Possas (2001) perceberemos o conceito de "signo" enquanto algo que sob um determinado prisma suscitará representações a um indivíduo ou até mesmo a um grupo social. Neste sentido, como diz a autora, todo e qualquer signo representará algo em relação a um determinado objeto para todos aqueles indivíduos que fizerem e ainda fazem parte das inúmeras possibilidades de percepção de seu universo interpretativo, de forma que se possa entender as ações contidas que emanam deste mesmo objeto.

<sup>4</sup> A teoria de Schumpeter crê que o papel de um economista se restringe em estudar determinado fator até encontrar a causa não-econômica. Esse seria o limite. A partir desse achado, caberia a outros cientistas, de preferência os que dominam os estudos sociológicos, compreender como esses fatos sociais interferem no comportamento econômico dos atores (SCHUMPETER, 1997).

- <sup>5</sup> Afinal de contas, um dos intuitos aqui é o de, através da observação de Bangu, conseguirmos “fazer visível o invisível”, ou então “dar voz a quem não teve voz” e dessa maneira introduzir uma pluralidade de pontos de vistas capazes de abrir a perspectiva de reconhecimento e legitimação de outras experiências além daquelas que até então figuraram o desenvolvimento de praticamente todo o cenário cultural/turístico carioca.
- <sup>6</sup> *Plantation* – (ing.) 1. propriedade agrícola em que se cultivam produtos tropicais muitas vezes para exportação (HOUAISS, s. v.); 2. grande propriedade agrícola na qual se cultivam produtos tropicais, geralmente para exportação (AURÉLIO, s. v.).
- <sup>7</sup> Assim, é justamente neste procedimento de exaltação que são encontrados os argumentos necessários para se começar os questionamentos em torno da importância do Patrimônio Cultural. Desta forma, Ferreira, Luca e Iokoi (In: RODRIGUES, 1999) mencionarão que sob esta perspectiva as edificações e/ou imaterializações que remetem a valores históricos importantes, sendo a estas atribuídas a capacidade de ‘representar’ o passado, possibilitando aos indivíduos que fizeram, ou ainda fazem, parte das relações ali estruturadas, um reconhecimento de práticas, valores e ações que se mostram relevantes para a caracterização sociocultural de sua comunidade.
- <sup>8</sup> “Como apenas a memória permite conhecer a... sequência de percepções’, argumenta Hume, ‘deve ser considerada... como a fonte de identidade pessoal. Não tivéssemos memória, nunca teríamos tido nenhuma noção... dessa cadeia de causas e efeitos que constituem nosso self ou pessoa”’. (LOWENTHAL, 1998: 83).
- <sup>9</sup> De acordo com Mills (2005), o dia 14 de abril de 1895, no Brás, em São Paulo, foi realizada a primeira partida de futebol do Brasil, disputada de forma organizada, entre os funcionários da Companhia de Gás de São Paulo (Gas Company of São Paulo) e da Companhia Ferroviária de São Paulo (São Paulo Railway Company) onde o São Paulo Railway, o time de Charles Miller, venceu por 4 a 2.
- <sup>10</sup> O Bangu Atlético Clube foi um dos fundadores da primeira Federação de Futebol do Estado do Rio de Janeiro, em 1905, conjuntamente com Clube de Regatas Botafogo e Fluminense Football Club (BANGU AC, s/d).
- <sup>11</sup> Segundo o Blog Terceiro Tempo (s/d), em 1905, o Bangu contava com cinco ingleses (Frederick Jacques, John Stark, William Hellowell, William Procter e James Hartley), três italianos (Cesar Bochiolini, Dante Delocco e Segundo Maffeu) e dois portugueses (Francisco de Barros e Justino Fortes).
- <sup>12</sup> A Medalha Tiradentes foi instituída pela Resolução N° 359 de 1989, em 8 de agosto de 1989 e é destinada a premiar pessoas que hajam prestado relevantes serviços à causa pública do Estado do Rio de Janeiro.
- <sup>13</sup> O próximo título do Campeonato Carioca apenas viria em 1966.
- <sup>14</sup> Assaf (2001) revela que, em 1960, Guilherme da Silveira reclinará o convite de Luís Carlos Prestes, o Cavaleiro da Esperança e um dos quadros mais expressivos do Partido Comunista, para concorrer ao cargo de governador da Guanabara contra Carlos Lacerda.
- <sup>15</sup> Segundo o Dicionário Cravo Albin da Música Popular Brasileira (INSTITUTO CULTURAL CRAVO ALBIN, s/d), o desfile de um Rancho Carnavalesco pode ser descrito como um cortejo, com a presença de um Rei e uma Rainha, ao som de uma marcha-rancho, acompanhado por instrumentos de sopro e corda, ritmo mais pausado que o samba. De acordo com Câmara Casudo, eram características típicas dos ranchos as vestimentas vistosas, sendo utilizados em seus desfiles instrumentos como o violão, a viola, o cavaquinho, o ganzá, o prato, e às vezes, a flauta. Não eram usados instrumentos de percussão. Havia os mestres, um de Harmonia, um de Canto e um de Sala, responsável pela coreografia.
- <sup>16</sup> O carnaval de 1959 foi liderado seguidamente por Portela, Salgueiro, Império Serrano e Mangueira.
- <sup>17</sup> *Bangüê* – (do quimbundo mbanguê) – Padiola de conduzir cadáveres de pretos escravos; materiais de construção (in HECKLER, Evaldo. Dicionário morfológico da Língua Portuguesa. s.v.). Bangu – (Serra do (antigo) Distrito Federal (hoje Rio de Janeiro) – corruptela do tupi u’bang ü = o anteparo escuro, a barreira negra (in Antenor Nascentes. Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa, s.v.).
- <sup>18</sup> Sarapuí – do tupi *sara’pó* (nome dado a muitos peixes gimotídeos); Amanajó – do tupi *ama’na yo* (o que provém da chuva, ou das nuvens); Urucum – do tupi (vermelho); Murundu – do quimbundo *mulun’du* (montículo), Boiobi – do tupi *mboio’ mibi* (cobra-verde, o mesmo que cobra-cipó).
- <sup>19</sup> Ver mais em Mendonça, 2002.
- <sup>20</sup> Após o encerramento das atividades em 2005, a Fábrica de Tecidos Bangu se dedica atualmente à produção de tecidos de alta qualidade na cidade de Petrópolis/RJ.
- <sup>21</sup> Em 2000, o prédio da Fábrica é tombado pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), mostrando assim sua importância, não só para o bairro de Bangu como também para a cidade do RJ (BANGU SHOPPING, s/d).
- <sup>22</sup> Apesar de Bangu não possuir um museu, o Grêmio Literário José Mauro de Vasconcelos atua como um espaço dedicado à memória do povo banguense.
- <sup>23</sup> A imagem usada para retratar a homenagem foi retirada de uma página eletrônica esportiva da Hungria.
- <sup>24</sup> Um exemplo disso apresenta-se no México, mais precisamente em Totoncapã, onde uma comunidade cansada dos impactos negativos indústria turística, passa a adotar medidas centralizadoras, que lhe dão poderes de decisão perante empreendedores e turistas, principalmente no que se refere a sua identidade cultural. Fonte: Palestra “Pós-turismo: Novas tecnologias, novos comportamentos sociais”, proferida pelo professor Dr. Sérgio Molina no IV Congresso Internacional de Turismo da Rede Mercocidades, realizado no município de Porto Alegre em agosto de 2002.
- <sup>25</sup> Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/banco/o-tempo-poesia-1>. Acesso em: 20.ago.2009.

*Recibido:* 12/08/2015  
*Reenviado:* 15/12/2015  
*Aceptado:* 08/01/2016  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*

## O empreendedorismo coletivo no contexto do turismo rural sustentável: uma experiência do Sul do Brasil

**Carla Maria Schmidt\***

Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Brasil)

**Marialva Tomio\*\* Josmary Karoline Demko Alves\*\*\***

**Flaviane Rossi\*\*\*\***

Universidade Regional de Blumenau (Brasil)

---

**Resumo:** O empreendedorismo coletivo tem se demonstrado fundamental para o turismo rural sustentável, fato que motivou o desenvolvimento deste estudo no estado do Paraná, região Sul do Brasil, onde existe uma experiência coletiva em torno do turismo. Especificamente, neste estudo busca-se: a) compreender o processo de empreendedorismo coletivo desenvolvido entre os empreendimentos turísticos; e b) analisar as possíveis contribuições do empreendedorismo coletivo para o fortalecimento dos empreendedores turísticos. Para tanto, desenvolveu-se um estudo qualitativo, de caráter descritivo. Os dados foram obtidos por meio de entrevistas com os gestores da iniciativa coletiva, e ainda, a partir de dados secundários. Os principais resultados apontam que a experiência coletiva desenvolvida no estado do Paraná em torno do turismo rural sustentável se revela uma iniciativa pioneira para a região, sendo que o empreendedorismo coletivo se demonstrou fundamental para o desencadeamento desse processo. Ganhos são mais evidenciados do que dificuldades na iniciativa coletiva investigada.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo coletivo; Turismo sustentável; Turismo rural; Experiência coletiva; Empreendimentos turísticos.

---

### **The collective entrepreneurship in the context of sustainable rural tourism: an experience of south of Brasil**

**Abstract:** The collective entrepreneurship has proven to be fundamental in the context of sustainable rural tourism, a fact that motivated the development of this study in Paraná State, south region of Brazil, where there is a collective experience around tourism. Specifically, this study aims to: a) understand the process of collective entrepreneurship developed between tourism enterprises and b) analyze the possible contributions of collective entrepreneurship to strengthen the tourism entrepreneurs involved. Therefore, it was developed a qualitative and descriptive study. The data were obtained through interviews with the managers of collective initiative, and also from secondary data. The main results show that the collective experience in Paraná State around sustainable rural tourism reveals a pioneering initiative in the region, and the collective entrepreneurship is proved fundamental for triggering this process. Gains are more evident than difficulties in this collective initiative investigated.

**Keywords:** Collective entrepreneurship; Sustainable tourism; Rural tourism; Collective experience; Tourism enterprises.

---

### **1. Introdução**

A literatura econômica reconhece os empreendedores como os principais responsáveis pelo crescimento das regiões, a partir da criação de empreendimentos, muitas vezes, baseados em modelos inovadores e

---

\* E-mail: carlamariaschmidt@hotmail.com

\*\* E-mail: marialva@furb.br

\*\*\* E-mail: josmarykaroline@yahoo.com.br

\*\*\*\* E-mail: flavianerossi@yahoo.com.br

como resposta a oportunidades visualizadas no mercado. Schumpeter (1982) já considerava esses agentes capazes de destruir a ordem econômica existente, a partir da criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos.

Contudo, em alguns segmentos, a presença individual de empreendedores não é o suficiente para a formação de empreendimentos capazes de atender as necessidades e exigências do mercado atual. Isto é comum, por exemplo, no contexto do turismo rural sustentável, atividade que apresenta como particularidade, a agregação de serviços ofertados pelos empreendimentos que se dispõem a atuar neste setor. Essa característica é tão marcante que em muitos casos, esse setor só consegue se desenvolver se houver interação de diferentes empreendedores na formatação de atrativos, destinos e roteiros turísticos, pois o consumidor estabelece um conjunto complexo de exigências que muitas vezes, isoladamente, um único empreendimento não consegue atender.

Também Pires (2002) argumenta que no segmento do turismo sustentável em áreas não urbanas (rurais e naturais), esta união transcende inclusive, as questões socioeconômicas e atinge diretamente as demandas ambientais, que exigem ações conjuntas à conservação dos recursos naturais e sociais dos locais. O turismo sustentável prevê a melhoria da qualidade de vida da população local e do visitante; leva em consideração a qualidade do meio ambiente; incentiva o aumento dos níveis de rentabilidade econômica da atividade turística, e ainda prevê a obtenção de lucros aos empresários turísticos.

Dessa maneira, entende-se que o turismo sustentável exige ações coletivas dos empreendimentos, principalmente formado por pequenos empreendimentos do setor turístico. Ou seja, o ideal é que existam empreendedores coletivos, principalmente quando se constituem de pequenos empreendimentos turísticos, que sozinhos não tem condições de atender as demandas do setor, tampouco das questões de sustentabilidade, que se tornam essenciais para a permanência dos empreendimentos em longo prazo. As ações de empreendedorismo coletivo em torno do turismo sustentável contam com a integração e participação de diversos atores para seu desenvolvimento.

Essa problemática remete a importância do desenvolvimento de investigações sobre o empreendedorismo coletivo em atividades turísticas. Assim, este estudo, vinculado ao Projeto de Pesquisa “Ações coletivas no turismo sustentável: uma investigação no oeste paranaense” busca compreender o cenário dos empreendimentos coletivos de turismo sustentável na região Oeste do Paraná, estado do Sul do Brasil.

Nessa região existe um roteiro de turismo rural, criado em 2008 com o intuito de trabalhar de forma participativa com pequenos produtores rurais que buscam complementar sua renda por meio do turismo. A iniciativa foi desenvolvida em sete municípios e atuou diretamente com doze pequenos empreendimentos. Contudo, até o momento desconhece-se o desencadeamento e o resultado dessa metodologia de trabalho coletivo, o que resultou na seguinte questão de pesquisa: Como se desencadeou o processo de empreendedorismo coletivo no contexto do turismo rural sustentável na região Oeste do Paraná, Sul do Brasil? Com o intuito de responder a esta questão, delinearam-se dois objetivos centrais para o estudo: a) compreender o processo de empreendedorismo coletivo desses empreendimentos turísticos e, b) analisar as possíveis contribuições do empreendedorismo coletivo para o fortalecimento dos pequenos empreendedores envolvidos.

Para tanto, este estudo está disposto em quatro partes centrais, além desta introdução. O referencial teórico sobre o fenômeno do empreendedorismo coletivo dentro do contexto do turismo sustentável é evidenciado na parte dois. Na terceira parte os métodos e técnicas de pesquisa utilizadas são apontadas. A quarta parte aborda o processo de empreendedorismo coletivo entre os empreendimentos turísticos do Paraná. Por fim, o capítulo cinco apresenta as principais conclusões do estudo, bem como, sugestões para pesquisas futuras na área.

## **2. Referencial teórico**

### **2.1 Empreendedorismo coletivo**

Os empreendedores possuem características pessoais que os diferem dos demais indivíduos da sociedade. Para Ésther, Rodrigues e Freire (2012), os empreendedores apresentam uma identidade relacionada ao desenvolvimento econômico de um país, região ou cidade, com perfil comportamental e postura peculiar, geralmente diferenciada dos outros agentes do mundo econômico e organizacional. Nesse sentido, de acordo com Hisrich et al. (2009) algumas características marcantes dos empreendedores são: ter forte iniciativa, organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos, a fim de transformar recursos e situações, aceitando o risco e a possibilidade de fracasso. Também Lopez Júnior e Lucas de Souza (2006), ao estudarem as características comportamentais dos empreendedores, entenderam que estes são indivíduos criativos, com iniciativa própria, persistentes na obtenção de seus objetivos, dispostos aos



riscos de empreender e fundamentais ao desenvolvimento de um país. Para esses autores, empreender é mais do que abrir um negócio, é estar vinculado a inovação e a transformação, abrangendo assim, o comportamento e a atitude das pessoas, num processo social e cultural.

Todas essas características, dentre outras, como identificação de oportunidades, ter visão, liderança, flexibilidade e determinação (Filion, 2000; Freitag, 2014) norteiam a forma com que os empreendedores desenvolvem seu trabalho, tanto individual, quanto coletivamente. Vale destacar que durante algum tempo, cunhou-se a imagem do empreendedor como um ator atomizado e individualista, um ser atuante, porém isolado. Essa visão tem sido criticada por algumas abordagens (neo-schumpeteriana, geografia econômica, teoria francesa das convenções), revelando a urgência permanente da interação entre os agentes produtivos, tendo em vista a natureza coletiva da ação empreendedora, enquanto fenômeno social (Lundvall, 1997; Storper, 1997; Amâncio, Valle e Wilkinson, 2005; Lopez Júnior e Lucas de Souza, 2006).

Essas abordagens reforçam a ideia de que o campo do empreendedorismo é vasto e tem sido aplicado a uma variedade de contextos, retratando atividades relacionadas tanto a indivíduos, quanto a grupos e organizações. Assim, uma das possibilidades e vertentes do empreendedorismo se refere à união de indivíduos em busca de um objetivo comum entre eles. Essa forma é conhecida na literatura como empreendedorismo coletivo.

Esse tipo de empreendedorismo pode ser representado por formas de associativismo, que vão desde a criação de entidades de representação política e sindical, até ações como compras em comum, serviços pós-venda, prospecção e venda nos mercados externos, controle de qualidade e aval solidário. As empresas e atores de pequeno porte possuem muitas dificuldades e limitações, que podem ser superadas, a partir do empreendedorismo coletivo ou de ações coletivas, uma vez que estes buscam oportunidades inovadoras para problemas comuns (Sachs, 2003; Pinheiro, 2005).

Conforme Martinez (2004) este tipo de empreendedorismo só existe em nível coletivo, podendo ocorrer em uma equipe, em um grupo ou em uma rede de empresas. Ele ressalta que o empreendedorismo coletivo não é simplesmente a soma do empreendedorismo individual de cada membro da equipe, pois em muitos casos, um indivíduo sozinho não é empreendedor, mas quando trabalha em equipe, se torna um empreendedor. Vale destacar que essa visão já era defendida por Reich (1987), o qual entendia que no empreendedorismo coletivo, o resultado é maior do que a soma simples das contribuições individuais, uma vez que ocorre a sinergia entre os atores envolvidos. Também Lastres e Cassiolato (2005) corroboram, ao afirmar que a sinergia gerada pelas interações das empresas envolvidas coletivamente, e destas com o ambiente onde se localizam, efetivamente fortalece as chances de sucesso das mesmas.

Neste contexto, o empreendedorismo coletivo significa uma possibilidade de fortalecimento, mas, que necessita envolver todos para o trabalho em conjunto. Martinez (2004) salienta que tanto a capacidade coletiva de identificar oportunidades e a capacidade coletiva de responder a estas oportunidades são componentes importantes deste tipo de empreendedorismo.

Desta forma, o empreendedorismo coletivo caracteriza-se pela união de indivíduos e/ou organizações, a fim de uma sociedade economicamente sustentável e auto colaborativa. Para Dolabela (2003), o objetivo do empreendedor coletivo é a promoção do bem-estar da coletividade e o desenvolvimento mútuo da comunidade através do trabalho conjunto. Ou seja, o empreendedor coletivo vincula-se tanto às atividades do mercado quanto ao poder público ou as entidades de interesse, uma vez que atua gerando conectividade e interseções entre os diversos setores da comunidade, visando construir melhores condições de vida para todos, inclusive para as gerações futuras.

Em relação às formas de atuação mais destacadas, Schmidt e Saes (2008) e Zylbersztajn (2010) entendem que o empreendedorismo coletivo se manifesta, geralmente, a partir de franquias, cooperativas, associações, sindicatos, redes, *clusters* e arranjos produtivos locais (APLs). Essas formas de trabalho conjunto podem trazer benefícios para os atores envolvidos. Neste sentido, segundo Cope et al. (2007), conhecimento combinado, bens culturais, habilidades, competências e redes da sociedade civil estabelecem o relacionamento entre os empreendedores coletivos e valorizam o seu capital social. Assim, o compartilhamento entre os empreendedores agrega experiências, conhecimentos, técnicas ao desenvolvimento dos trabalhos em grupo e individuais, o que se torna um diferencial no mercado.

Também Dolabela (2003) percebe as potencialidades do trabalho coletivo. Para ele, esta forma de atuação promove o desenvolvimento do capital social, na tentativa de provocar mudanças que conduzam à sustentabilidade e à autossuficiência. O empreendedorismo coletivo procurar tornar dinâmicas as potencialidades da comunidade, criando condições para que os seus atores sejam protagonistas, através de redes de cooperação internas e externas, da construção do seu próprio desenvolvimento.

Contudo, o fenômeno do empreendedorismo coletivo é tão complexo e desafiador que indivíduos com capacidades diversas necessitam trabalhar em coesão. Nesta forma de trabalho, o capital social funciona

como um eixo mantenedor de união entre as pessoas que, por sua vez, coadunam-se por meio de expectativas e crenças comuns (Tabosa et al., 2010). Ou seja, a confiança se torna um elemento fundamental para a continuidade do processo coletivo. Conforme Fukuyama (2002), a confiança é o lubrificante que conduz qualquer grupo ou organização a funcionar com maior eficiência, sendo esta, segundo Amaral Filho (2000, citado por Tabosa et al., 2009), resultado da cooperação e da eficiência coletiva. Além da necessidade de coesão e confiança, a literatura da cooperação apresenta outros desafios e dificuldades que geralmente ocorrem em grupos que procuram trabalhar de forma coletiva.

Nesse sentido, uma contribuição muito relevante para o tema da coletividade foi desenvolvida por Mancur Olson. Sua abordagem trouxe contribuições significativas para a discussão das ações coletivas e da formação de grupos em torno de objetivos comuns. Em sua teoria, Olson (1999) analisou a influência do tamanho do grupo para o comportamento coletivo. O autor evidenciou que os grupos menores são mais eficientes do que os grandes. “Os grupos com mais membros geralmente desempenharão com menos eficiência do que os grupos com menos membros” (Olson, 1999:41). Para o autor, isso ocorre porque quanto maior o grupo, menos ele promoverá pelos interesses comuns.

Além disso, identificou a presença de *free-riders* (aproveitadores) na formação de grupos. Em grandes grupos, os atores tendem a tolerar a presença do *free-rider* mais facilmente do que em pequenos grupos. De maneira geral, a teoria de Olson (1999) explica que os pequenos grupos são mais eficientes do que os grandes, em função de três fatores principais:

- a) quanto menor o grupo, maior é a percepção que os atores têm do benefício alcançado pelo trabalho de cada agente;
- b) o *free-rider* fica mais evidente nos grupos menores;
- c) quanto menor o grupo, menores os custos envolvidos para organizar a ação coletiva.

De maneira geral, o autor argumenta que dificilmente os indivíduos procuram como resultado o bem-estar coletivo, contrastando o bem-estar individual. Mesmo compartilhando os mesmos interesses, os agentes tem dificuldade de atuar de forma coletiva, pois acreditam que o esforço despendido de forma individual será maior do que o benefício que eles poderão obter com a ação coletiva (Olson, 1999).

Assim, na visão do autor, para superar esse problema da não participação, são necessários mecanismos de incentivo para os agentes. Ménard (2004) corrobora com essa visão ao afirmar que, de fato, os incentivos são uma força motriz na decisão de motivar e organizar ações coletivas. Tais incentivos podem ser de fundo econômico, social ou psicológico, como por exemplo, prestígio, respeito e amizade. Também Brito (2001) aponta que a ação coletiva pode ser impulsionada por diversas razões, entre elas: econômicas, sociais, políticas e culturais. Olson (1999) distingue os incentivos em dois tipos: positivos, que são os benefícios privados oferecidos para os agentes coletivos; e, incentivos negativos, que são punições para os indivíduos que não contribuem com as ações coletivas. Ambos servem como motivação para a contribuição individual na ação coletiva.

Outro elemento considerado fundamental para a formação e o desenvolvimento eficaz de ações coletivas é a presença de um agente coordenador, um líder coletivo. Zylbertszajn e Farina (1999) identificaram como essencial um agente que coordene o processo, a fim de que o sistema coletivo realmente alcance vantagem competitiva. Nassar (2001: 42) também reconhece a importância do líder, ao afirmar que “além de atuar como fator organizador do grupo, a liderança pode ser um agente de persuasão. Um grupo que tem a sua frente um líder proeminente e com reputação será atrativo para as pessoas que se identifiquem com as ações daquele líder”. Mais recentemente, no estudo de Santos (2010), a liderança eficaz foi citada como aquela com capacidade de apontar uma direção para o coletivo, com iniciativa de promover ações coordenadas e fomentar compartilhamento de informações. Também Pasini (2013) evidenciou que o líder é essencial para a formação e a manutenção da ação coletiva, contribuindo para que esta seja uma estratégia que se sustente no longo prazo.

De maneira geral, a teoria da coletividade entende que existem custos, riscos e dificuldades num processo coletivo, que, contudo, podem ser superados ou minimizados. Nestes casos, a formação coletiva pode fortalecer os atores envolvidos no grupo, agregando valor para estes e seus empreendimentos, contexto considerado ideal para o segmento do turismo rural sustentável, atividade que apresenta como particularidade, a agregação de serviços ofertados por diferentes empreendedores na formatação de atrativos, destinos e roteiros turísticos.

## 2.2 Turismo rural sustentável

As transformações institucionais ocorridas nos últimos anos impuseram uma série de desafios ao desenvolvimento rural, levando os atores deste segmento a adotarem estratégias de diversificação para

a geração e incremento de renda (Reis e Vavassori, 2013). Dentre essas estratégias, encontra-se em evidência a partir das últimas décadas do século XX, o turismo rural. Inicialmente desenvolvido como possibilidade de valorização do espaço rural e novas alternativas de ocupação e geração de renda, tem aos poucos, transformando o espaço rural. De acordo com Abramovay (2000), de espaço produtor de alimentos, as áreas rurais estão se convertendo em espaço para ser consumido.

Para Bregolin (2012) essa mudança na relação urbano/rural é perceptível em países e regiões mais desenvolvidos em função da disponibilidade de serviços de comunicação e facilidade de acesso aos centros urbanos. Também no Brasil, a exemplo de países mais desenvolvidos, novas percepções sobre o espaço rural começam a ganhar força e atividades tradicionais de agricultura, pecuária e extrativismo passam a ser desenvolvidas concomitantes a distintas atividades econômicas. Nesse cenário, o turismo rural surge e passa a ganhar maior visibilidade como uma atividade que, além de fortalecer a economia e propiciar desenvolvimento às áreas rurais, contribui para a valorização da cultura, geração de emprego e renda, fomentando o fluxo cidade-campo (Bregolin, 2012).

Conceitualmente, turismo rural abarca uma diversidade de aspectos e por ser uma modalidade de turismo relativamente jovem, se comparada com as demais, os fundamentos conceituais ainda carecem de maior precisão (Tulik, 2010). Neste artigo optou-se pela definição de turismo no espaço rural dada por Almeida (2010), a qual compreende o turismo rural como um conjunto de atividades desenvolvidas no meio rural e em harmonia com o meio ambiente e a cultura local. O turismo rural envolve as atividades de lazer, entretenimento, esportes, gastronomia, contemplação da natureza, dentre outras, sempre realizadas respeitando os modos de vida da população local, favorecendo o desenvolvimento e a participação da comunidade.

Em análise sobre o turismo rural, Veiga (2007) e Bregolin (2012) mencionam que a atividade assume uma conotação para além das questões econômicas, apresentando-se como uma nova forma de lazer e descontração. Para os autores, a concentração populacional nos centros urbanos e as pressões exercidas pela dinâmica da vida urbana, fazem com que, cada vez mais as pessoas busquem espaços alternativos à rotina cotidiana, propiciando assim o desenvolvimento e o crescimento da atividade em distintas regiões do país.

Além da academia, o Ministério do Turismo do Governo Brasileiro (Mintur) também reconhece o potencial da atividade. Em suas diretrizes afirma a relevância do crescente número de propriedades rurais que incorporam atividades turísticas em suas rotinas e da presença de turistas em busca de lugares com características naturais e culturais preservadas. “O espaço rural - comumente associado pela população urbana à qualidade de vida – representa para o turista uma oportunidade de contato com paisagens, experiências e modos de vida distintos dos encontrados nos centros urbanos” (Mintur, 2010: 11).

O crescimento dessa forma de turismo impulsiona também, o desenvolvimento de novos serviços e ocupações de suporte a atividade, dinamizando a economia e as relações no espaço rural (Schneider, 2010). No entanto, a atividade não pode ocorrer desagregada a preocupações inerentes às demais formas de desenvolvimento e, questões de sustentabilidade ganham força e despontam no rol das discussões de estúdio do setor.

Plog (2002), por exemplo, alerta para a importância da gestão sustentável dos territórios rurais, visando à preservação de suas particularidades de forma a permitir a manutenção do turismo num longo prazo. Benevides (2002) também chama a atenção para a necessidade de compatibilizar o turismo rural com a preservação e conservação ambiental; a manutenção da identidade cultural; a geração de ocupações produtivas e de renda aliadas ao desenvolvimento participativo e qualidade de vida. Para o autor, somente através da observância desses aspectos é possível desenvolver o turismo nos territórios rurais, de modo sustentável. Em consonância, Dias (2008) afirma que a massificação do turismo pode apresentar vários problemas ambientais, sendo fundamental a gestão ambiental dos destinos turísticos.

Dentro desse contexto, Swarbrooke (2000 apud Candioto, 2009) expõe alguns benefícios do turismo sustentável: estímulo à compreensão dos impactos do turismo; geração de empregos locais, diretos e indiretos; estímulo a indústrias domésticas lucrativas; diversificação da economia local, sobretudo em áreas rurais; estímulo ao desenvolvimento do transporte local; criação de facilidades de recreação; demonstração da importância dos recursos naturais, entre outros. Também Dias (2008) acredita que o turismo sustentável apresenta alguns fatores-chave para o desenvolvimento: proteção do lugar, pressão de visitantes, intensidade do uso, impacto social, controle de desenvolvimento, gestão de resíduos, processo de planificação, ecossistemas críticos, satisfação do turista e satisfação da população local.

Contudo, Magalhães (2002) entende que a prática do turismo pode também trazer externalidades negativas, como por exemplo, a especificidade do produto oferecido, sua intangibilidade, ao passo em que a venda do produto turístico é diferenciada, ou ainda, o consumo predatório deste serviço, quando

o turismo se apropria demasiadamente de determinados lugares. Para tanto, a autora ressalta a necessidade do controle no desenvolvimento deste segmento, posto o capitalismo exacerbado e as falhas práticas a favor do meio ambiente, por meio de situações irregulares que geram degradações ambientais irreversíveis. Ou seja, a autora entende como fundamental a prática da sustentabilidade dentro do segmento turístico.

Compreende-se, de maneira geral, que o turismo sustentável é uma ferramenta aliada ao desenvolvimento sustentável, que age como catalisador para o desenvolvimento de pequenos negócios. O mesmo está interligado a vários subsistemas: agricultura, sociedade, meio ambiente e recursos naturais, artesanato, sistemas econômicos e preservação ambiental (Ricci e Sant'ana, 2009).

Nesse contexto, a valorização do turismo sustentável vem trazendo importantes discussões para o meio científico, visto que as vantagens dessa atividade estão de acordo com as demandas do mercado atual, como por exemplo, indústrias pouco poluidoras; potencial de preservação do meio ambiente e preocupação com gerações futuras (Vieira Filho e Araújo, 2010). Assim, considera-se fundamental que os empreendimentos coletivos em estudo utilizem práticas de sustentabilidade em suas atividades dentro do contexto do turismo rural.

### 3. Procedimentos metodológicos

Este estudo integra um projeto de cooperação científica entre a Fundação Parque Tecnológico Itaipu (FPTI), a Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE) e a Universidade Regional de Blumenau (FURB). O referido projeto de pesquisa objetiva investigar de que forma os esforços coletivos dos pequenos empreendimentos rurais do Oeste do Estado do Paraná podem contribuir para a competitividade do turismo rural sustentável da região.

Na presente etapa da pesquisa adotou-se a abordagem qualitativa, a partir do método descritivo. A coleta de dados se deu de duas formas: mediante dados primários e secundários. Os primeiros foram obtidos por meio de entrevistas com figuras importantes do sistema coletivo, quais sejam, os gestores do Polo Iguassu, que foram os idealizadores do projeto em torno do turismo sustentável. Em relação aos dados secundários, estes se referem a documentos (diagnóstico, relatórios e vídeo) produzidos de forma coletiva pelos gestores do Polo Iguassu e pelos próprios empreendedores coletivos.

O acesso a essas fontes de dados permitiu a concretização dos objetivos do estudo, pois foi possível compreender o desencadeamento do processo de empreendedorismo coletivo existente entre os atores, a partir da identificação de questões, como: levantamento dos eventos coletivos desenvolvidos, ganhos e dificuldades do sistema coletivo, influência de agentes coordenadores, externalidades e informações sobre trocas de informação e repasse de conhecimentos. No que tange a análise dos dados, esta foi desenvolvida a partir de análise descritiva.

### 4. Análise e discussão dos resultados

#### 4.1 O processo de empreendedorismo coletivo entre os empreendimentos turísticos

Como o projeto em torno do Turismo Sustentável Comunitário se trata de uma experiência inovadora para o Oeste do Estado do Paraná, busca-se aqui compreender o processo de formação e desencadeamento do empreendedorismo coletivo na região, uma vez que tal iniciativa pode ser fomentadora de outros projetos da mesma natureza.

A iniciativa teve início no ano de 2008, momento em que o Ministério do Turismo motivou a formação de um processo coletivo em torno do turismo no Estado do Paraná (Figura 1), Região Sul do Brasil.

Trata-se de uma região rica em recursos naturais e paisagens rurais, contudo, pouca explorada no sentido de atividade turística. Sabe-se que em função da atual dinâmica socioambiental, o turismo necessita compor bases para o desenvolvimento sustentável, sendo importante criar possibilidades e roteiros diferentes dos convencionais, como por exemplo, experiências interativas com comunidade rurais.

Nesse sentido, a partir do chamamento do Ministério do Turismo, algumas entidades colaboraram com a iniciativa e foram idealizadoras do projeto em torno do turismo comunitário. Entre estas instituições, destacam-se o Polo Iguassu e o Educare, instituições que fomentaram e desenvolveram o trabalho coletivo durante um ano. Em relação a este momento, destaca-se uma característica importante do trabalho coletivo, qual seja, a influência de agentes coordenadores. Possivelmente, sem tal influência, o empreendedorismo coletivo não teria sido desenvolvido na região em estudo.

**Figura 1: Mapa do Brasil com destaque para o Estado do Paraná**

Fonte: as autoras

Inicialmente estas instituições, após exaustivo diagnóstico na região, elegeram e convidaram doze empreendimentos para compor a iniciativa, sendo que todos os convidados aceitaram o desafio. Na época, a dinâmica se apresentou como um duplo desafio para os empreendedores, uma vez que o empreendedorismo coletivo, por sua natureza, já se apresenta como um processo desafiador. Além disso, a experiência do turismo sustentável foi pioneira na região.

Os empreendimentos escolhidos para participar da iniciativa foram: Vinhos Bouffleur (Município de Quatro Pontes – Paraná); Sítio das Orquídeas (Município de Marechal Cândido Rondon – Paraná); Museu Nona Grassi; Família Grassi; Família Bózio (Anexo 1) no Município de Matelândia – Paraná; Artesanato Vitória (Município de Itaipulândia – Paraná); Recanto Olivo (Município de Medianeira no Paraná – conforme Anexo 2); Sítio Arruda; Sítio Colina; Fonte do Macuco; Recanto Olina Scherer (Município de São Miguel do Iguazu – Paraná) e Associação Vemser (Município de Foz do Iguazu – Paraná).

O trabalho coordenado pelo Polo Iguassu em parceria com o Educare teve o período de um ano de duração. Assim, os agentes coordenadores tiveram o papel central de despertar os empreendedores para a possibilidade de tornar suas propriedades e pequenos negócios em atrativos turísticos, explorados de acordo com os princípios da sustentabilidade. Vale destacar que em decorrência, principalmente, do distanciamento geográfico entre os empreendimentos escolhidos, a maioria dos empreendedores não se conhecia anteriormente, outro fator considerado desafiador para o desencadeamento da iniciativa coletiva.

Ressalta-se também que os empreendedores eram receosos no início quanto à possibilidade de êxito da iniciativa em torno do turismo, uma vez que esta não se tratava de uma realidade já fortemente vivenciada pelos pequenos empreendedores, que em sua maioria, possuíam na agricultura sua maior fonte de renda.

Para tanto, as instituições coordenadoras desenvolveram em conjunto com os dez empreendimentos diversas ações coletivas. Estas iniciativas tinham o intuito de despertar os empreendedores para o segmento turístico; de compreender a importância do trabalho coletivo para a formação concreta do roteiro turístico; e ainda, de criar laços de interdependência, confiança e coesão entre os empreendedores. Esses laços são considerados fundamentais para a literatura de cooperação (Granovetter, 1973; Fukuyama, 1996), quando se espera que uma ação coletiva, como de empreendedorismo coletivo, se sustente ao longo do tempo. As iniciativas coletivas desenvolvidas entre eles foram:

- a) desenvolvimento de oficinas em torno do tema hospitalidade: foram realizadas no formato de visitas de intercâmbio entre as iniciativas participantes. Essas oficinas tinham o intuito de

despertar para a importância da hospitalidade, da qualidade, da autonomia e do conhecimento sobre o mercado.

Vale destacar que essas oficinas tiveram um papel central para a construção das relações e vínculos de interdependências entre os empreendimentos. Sabe-se que essas relações de confiança são fundamentais para a cooperação;

- b) viagens técnicas para outras iniciativas de empreendedorismo coletivo no contexto do turismo. A primeira viagem foi para a cidade de Socorro, estado de São Paulo - Brasil, que é considerada um caso de sucesso pelo Ministério do Turismo em termos de acessibilidade turística. Após essa viagem, os pequenos empreendedores perceberam a importância da acessibilidade, e alguns inclusive, desenvolveram ações concretas em seus empreendimentos nesse sentido. A outra viagem foi para a Acolhida na Colônia, no estado de Santa Catarina - Brasil, que se trata de uma iniciativa pioneira no Brasil em turismo comunitário.

A partir dessas visitas técnicas, os empreendedores puderam realizar um *feedback* sobre pontos positivos e negativos dos locais visitados e levar tais experiências para os seus próprios empreendimentos;

- c) participação na Segunda Mostra de Turismo Sustentável em Foz do Iguaçu: várias iniciativas de turismo comunitário de todo o Brasil e algumas de outros países expuseram seu trabalho em forma de mostra, além da realização de palestras. Foi um momento importante para os empreendedores iniciantes, pois durante todo o evento houve troca de experiências entre todas as iniciativas. Ainda durante o evento, eles participaram de uma rodada de negócios, na qual tiveram que desenvolver habilidades mercadológicas, para que pudessem compreender a dinâmica do mercado. Ressalta-se que os pequenos empreendedores se sentiram empoderados por terem a oportunidade de participar de um evento dessa natureza;
- d) apresentação dos empreendimentos no Shopping Center Cataratas, de Foz do Iguaçu. A intenção era iniciar a comercialização dos produtos oferecidos por eles, conhecer o público regional e se tornar conhecido também. Nesse momento, surgiram alguns conflitos entre os empreendedores, mas que foram avaliados como positivos para o crescimento e amadurecimento do grupo. Para Granovetter (1973) ideias diferentes entre os participantes de um grupo são fundamentais para a ocorrência da inovação;
- e) outras iniciativas de divulgação dos empreendimentos: produção de catálogo comercial especializado para agências e operadoras; produção de *folders* para divulgação regional; produção de vídeo promocional e construção de site para as iniciativas regionais.

Todas essas ações foram fundamentais para o despontamento de um processo de empreendedorismo coletivo entre empreendimentos que não possuíam uma relação de parceira e confiança previamente estabelecidas. Essas ações concretas gerenciadas pelas instituições coordenadoras foram fundamentais para que os pequenos empreendedores pudessem iniciar um processo novo para eles, de forma amadurecida, uma vez que o turismo sustentável não permite empreendimentos e iniciativas amadoras. Vale destacar que a teoria de ações coletivas se confirmou no grupo analisado. De acordo com Olson (1999) os grupos menores são mais eficientes do que os grandes, pois nos grupos pequenos não há tendência a indivíduos oportunistas, em função de serem muito perceptíveis pelos demais. Na experiência analisada (grupo pequeno), de maneira geral, não ficou evidente em nenhuma das ações coletivas desenvolvidas, a presença de algum *free-rider*, fator este muito positivo para a coesão e continuidade do trabalho no grupo.

Por fim, cabe mencionar que o processo de participação dos agentes coordenadores foi concluído depois de um ano de trabalho conjunto. Durante esse período os empreendimentos foram conscientizados sobre a importância de se organizarem enquanto um roteiro, de forma que o empreendedorismo coletivo teria um papel fundamental para a continuidade da iniciativa coletiva ao longo do tempo.

#### **4.2 Contribuições do empreendedorismo coletivo para o fortalecimento dos empreendedores**

Além de analisar o processo de formação da iniciativa, busca-se apresentar também o desencadeamento do empreendedorismo coletivo após seis anos do início do projeto. Assim, procurou-se compreender alguns aspectos como o impacto, as contribuições e as dificuldades encontradas pelos empreendedores envolvidos ao longo desse período.

Em relação ao impacto e as contribuições, primeiramente é importante destacar que após seis anos apenas dois pequenos empreendimentos (16,6%) não estão mais em funcionamento. Esse dado é positivo e relevante, se considerado o elevado índice de mortalidade de pequenas e micro empresas (MPEs) no estado do Paraná, o qual atingiu uma taxa de 25,2% em 2012 (Sebrae, 2013).

Além disso, vale dizer que durante esse período inicial, o maior impacto não se refletiu no aspecto econômico, mas sim, em ganhos de âmbito social. Nesse sentido, é importante frisar que após o processo de formação coletiva, os pequenos empreendedores passaram a se sentir mais empoderados, de forma que hoje se reconhecem como “proprietários de um negócio” e se sentem habilitados para tal. Isso se deu, pois a formação no grupo proporcionou o desenvolvimento de diversas habilidades e percepções empreendedoras. Entre esses *insights* importantes pode-se mencionar a preocupação com a questão ambiental. Especificamente, hoje os empreendedores se preocupam com a mata ciliar, a plantação de orgânicos, o destino adequado para o lixo orgânico e útil; a plantação de árvores e possuem práticas sustentáveis na propriedade.

Outra característica importante a ser mencionada é o estabelecimento da relação de confiança entre os empreendedores, o que é considerado um elemento fundamental para a continuidade do processo coletivo (Fukuyama, 2002). Apesar de não haver ainda uma constituição formal entre eles, criou-se uma forte relação de parceria e confiança entre os empreendimentos, de maneira que eles indicam os demais empreendimentos para turistas e visitantes e trocam informações entre si. A troca de informações e conhecimentos também é reconhecida pela literatura de cooperação como uma importante fonte de criação de valor entre atores coletivos (Uzzi, 1997; Lazzarini et al., 2001; Claro, 2009; Grandori, 2009).

Também destaca-se que os gestores municipais perceberam a importância do empreendedorismo coletivo em torno do turismo para a região, e em função disso, iniciaram políticas de apoio e parceria para os empreendimentos. O que ocorre é que individualmente, os pequenos negócios não eram reconhecidos e valorizados pelos gestores públicos, de forma que esse resultado é consequência direta do trabalho coletivo. Nesse aspecto, alguns empreendedores conseguiram pleitear recursos de infraestrutura, melhores condições de trabalho e outras melhorias para as propriedades e empreendimentos.

Além destes ganhos para os empreendedores, houve também contribuições para a região na qual estão inseridos. Entre elas, destaca-se a premiação recebida por um empreendimento no Prêmio Avá Guarani, em 2011. Esse prêmio é realizado pelo Fórum de Turismo Sustentável Cataratas e Caminhos e tem como finalidade reconhecer e estimular atividades, programas, projetos, ações e iniciativas do setor de turismo. Um dos empreendimentos em estudo foi premiado no quesito “Empreendedor do setor turístico - zona rural”. Destaca-se que o prêmio possui uma conotação regional e que serviu como motivação e reconhecimento pelo trabalho desenvolvido pelo grupo.

Também cabe mencionar que um dos empreendimentos representou o setor turístico da região num evento internacional que ocorreu numa universidade de Buenos Aires, na Argentina. Na ocasião (Seminário sobre Turismo Comunitário) uma empreendedora teve a oportunidade de apresentar e relatar sua experiência em torno do empreendedorismo coletivo no segmento do turismo rural sustentável. Essa apresentação foi muito importante para divulgar os recursos, empreendimentos e possibilidades turísticas existentes na região Oeste do Paraná.

Pelo exposto, compreende-se que o trabalho coletivo desenvolvido entre os empreendedores foi muito importante para o desencadeamento do turismo rural na região, principalmente, se considerado que se trata de uma iniciativa pioneira na região. Contudo, sabe-se também que existem vários desafios e dificuldades nesse processo coletivo, conforme apresentado a seguir.

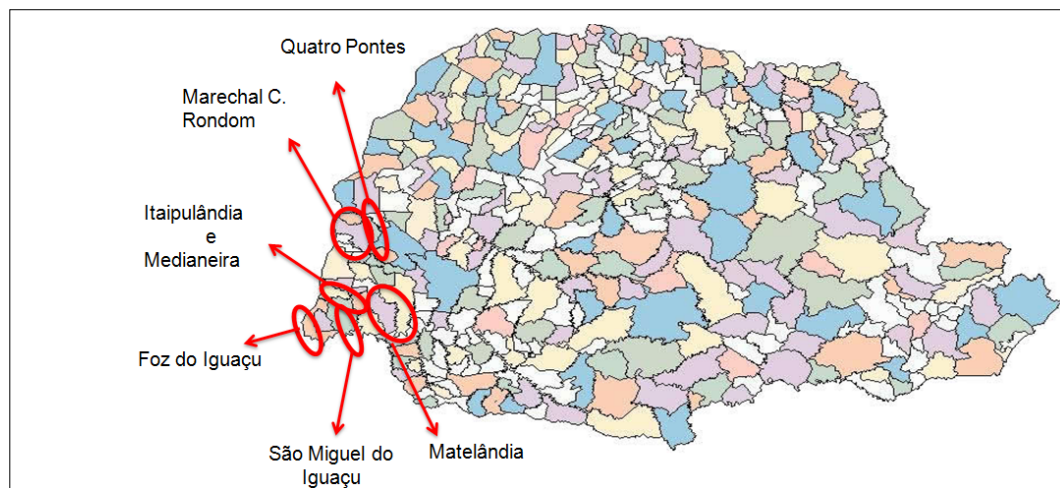
A principal dificuldade percebida pelos empreendedores se deu no momento do término do projeto inicial desenvolvido pelos gestores coordenadores (Polo Iguassu e Educare). Naquele momento era fundamental que entre o grupo, um dos empreendedores despertasse para a posição de liderança ou coordenação, uma vez que a presença de um agente coordenador ou líder coletivo é considerada essencial para o desenvolvimento eficaz de ações coletivas (Zylbertszajn e Farina, 1999; Nassar, 2001; Santos, 2010; Pasini, 2013). Porém, até o momento, não existe uma liderança formal, bem como, não existe uma constituição formal entre os empreendimentos, ou seja, eles não estão constituídos formalmente por meio de uma associação, cooperativa ou outra estrutura de governança coletiva. Assim, apesar de haver forte ligação e parceria entre eles, estas relações ocorrem somente em âmbito informal. Acredita-se que a constituição formal seria o caminho ideal para que eles se estabeleçam e fortaleçam em forma de rede e roteiro turístico.

A falta de liderança e formalidade fez com que uma iniciativa importante, como o site dos empreendimentos coletivos, já anteriormente desenvolvido, não tivesse a continuidade esperada. De maneira geral, entende-se que todas as iniciativas coletivas são estimuladas por algum agente coordenador, que

pode ser um dos próprios membros, ou então, algum agente externo que possui esse papel dentro do grupo. Nesse aspecto, destacam-se duas iniciativas coletivas de sucesso no contexto do turismo rural: a Acolhida da Colônia, estado de Santa Catarina e o Vale dos Vinhedos, estado do Rio Grande do Sul. Ambas são constituídas formalmente (associação e cooperativa) e são lideradas por um agente coordenador.

Outro elemento dificultador encontrado pelos empreendimentos em estudo é a grande distância geográfica existente entre eles, uma vez que os mesmos estão estabelecidos em sete municípios diferentes do Estado do Paraná, no Brasil, conforme pode ser visualizado na Figura 2. Porém, existem outras experiências no país, a exemplo da Acolhida da Colônia, que possuem a mesma realidade e que conseguem se organizar e ser competitivos, apesar da condição geográfica não concentrada.

**Figura 2: Localização geográfica dos empreendimentos de turismo rural**



Fonte: as autoras

Nesse aspecto, seria importante que os empreendedores coletivos se organizassem formalmente e que identificassem, entre eles, algum membro com características de liderança para coordenar o processo de formalização. Essas ações seriam fundamentais para a continuidade do empreendedorismo coletivo em torno do turismo sustentável, que em pouco tempo, já apresenta contribuições relevantes para os atores diretamente envolvidos, bem como, para a região como um todo, uma vez que se trata de uma experiência praticamente inexplorada anteriormente naquele entorno.

## 5. Conclusões

A experiência coletiva desenvolvida na região Oeste do Paraná em torno do turismo sustentável se revela uma iniciativa empreendedora e pioneira para a região em estudo. O empreendedorismo coletivo se demonstrou fundamental para o desenvolvimento do turismo sustentável, o qual exige ações conjuntas entre os empreendimentos, voltadas à conservação dos recursos naturais e sociais do local em exploração. O empreendedorismo coletivo torna-se também uma estratégia competitiva para os empreendedores do contexto turístico, dada a exigência dos consumidores por roteiros diferenciados e diversificados. Assim, no caso analisado, percebe-se, ainda que de forma tímida e modesta, que as ações em torno do turismo sustentável contam com a integração e participação de todos os atores inseridos nesse contexto.

De maneira geral, os ganhos e contribuições advindos do processo coletivo foram mais evidenciados do que as dificuldades e desafios encontrados pelos atores investigados. O desencadeamento do empreendedorismo coletivo contribuiu com ganhos, principalmente, de ordem econômica, social e cultural, fazendo com que os atores envolvidos se sintam mais “empoderados” frente ao desafio de se tornarem empreendedores do segmento turístico, a partir de trocas de informações e geração de ideias conjuntas.



Nesse aspecto, entende-se que as relações de confiança e parceria estabelecidas entre eles estão sendo fundamentais para a manutenção do roteiro coletivo no longo do tempo.

Contudo, alguns desafios ainda precisam ser superados pelos empreendedores coletivos. A iniciativa foi fomentada e coordenada durante um período por duas instituições externas, as quais desempenharam um papel muito importante frente ao resultado coletivo já conquistado. Contudo, nesse momento considera-se fundamental que os atores centrais, ou seja, os próprios empreendedores se tornem os protagonistas do processo, desenvolvendo a partir de uma liderança interna, a constituição formal de uma estrutura coletiva entre eles. O papel de líder ou coordenador poderia ser assumido por alguns membros do próprio grupo. A partir da liderança instituída, seria possível também avançar para a constituição formal dos empreendimentos. Entende-se que esse seria o caminho ideal para que eles se fortaleçam em forma de roteiro turístico, uma vez que a governança formal é importante para a eficiência das estruturas coletivas.

Pelo exposto, acredita-se que este estudo tenha apresentado contribuições de cunho prático para os atores coletivos. Contudo, estudos futuros que se debruce sobre o cenário da governança coletiva desenvolvida entre os empreendimentos turísticos podem ser fundamentais para a continuidade efetiva desse processo.

## Agradecimentos

À Fundação Parque Tecnológico Itaipu – Brasil (FPTI) pela ajuda financeira para o desenvolvimento da pesquisa.

## Bibliografia

- Abramovay, R.  
2000. *Funções e Medidas da Ruralidade no Desenvolvimento Contemporâneo*. Rio de Janeiro: IPEA.
- Almeida, M. G. de.  
2010. Festas Rurais e Turismo em Territórios Emergentes. *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. V. XV, n. 919, Universidad de Barcelona.
- Amâncio, R.; Vale, G. M. e Wilkinson, J.  
2005. Desbravando fronteiras: o empreendedor como artesão de redes e artífice do crescimento econômico. In: *ENANPAD*, 29, 2005, Brasília. *Anais...* Brasília: Enanpad.
- Benevides, I. P.  
2002. Para uma agenda de discussão do turismo como fator de desenvolvimento local. In: Rodrigues, A. B. (Org.) *Turismo e desenvolvimento local*. 3. ed. São Paulo: Hucitec.
- Bregolin, M.  
2012. Gestão Territorial de Espaços Rurais Turísticos na Microrregião Uva e Vinho da Serra Gaúcha, RS, Brasil. In: *VIII CITRUDES – Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável*. Portugal.
- Brito, C. M.  
2001. Towards an institutional theory of the dynamics of industrial networks. *Journal of Business & Industrial Marketing*. v. 16(3): 150-166.
- Candiotto, L.  
2009. Considerações sobre o conceito de turismo sustentável. *Revista Formação*, n. 16, v. 1. Presidente Prudente, p. 48 – 59.
- Schmidt, C. M. e Saes, M. S. M.  
2008. Ações coletivas: desenvolvimento para arranjos produtivos inseridos no contexto do agronegócio e turismo rural. In: 46º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 2008, Rio Branco, *Anais...* Rio Branco, 2008.
- Claro, D.  
2009. Managing trust in Supply Chains: identifying mechanisms to achieve performance. In: Zylbersztajn, D.; Omta, O. (Org.). *Advances in Supply Chain Analysis in Agri-food systems*. São Paulo: Singular, p.31-51.

- Cope, J.; Jack, S. e Rose, M. B.  
2007. Social Capital and Entrepreneurship: An Introduction. *International Small Business Journal*, v. 25, p. 213.
- Dias, R.  
2008. *Turismo Sustentável e Meio Ambiente*. São Paulo: Atlas.
- Dolabela, F.  
2003. *Empreendedorismo, uma forma de ser: saiba o que são empreendedores individuais e empreendedores coletivos*. Brasília: Aed.
- Ésther, A.; Rodrigues, I. e Freire, E.  
2012. A Identidade Empreendedora no Contexto de Empresas de Pequeno Porte. In: VII EGEPE, março de 2012, Florianópolis/SC, 2012. *Anais...*, Florianópolis/SC: EGEPE.
- Filion, L.  
2000. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. *Revista de Administração de empresas*. São Paulo, v.7, n.3, p.2-7.
- Freitag, M. S. B.  
2014. Aprendendo a ser um empreendedor. In: Borges, Cândido (Org.). *Empreendedorismo sustentável*. São Paulo: Saraiva.
- Fukuyama, F.  
2002. Capital Social. In: Harrison, L. E.; Huntington, S. P. *A cultura importa*. Rio de Janeiro: Record.
- Fukuyama, F.  
1996. *Confiança: as virtudes sociais e a criação da prosperidade*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Grandori, A.  
2009. Contracts of society and firm-like organization. In: *Annual Conference Of The International Society For New Institutional Economics*, 13, 2009, Berkeley, *Anais...* Berkeley.
- Granovetter, M.  
1973. The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, University Chicago Press, Chicago, v. 78, Issue 6, p.1930-1938.
- Hisrich, R. D.; Peters, M. P e Shepherd, D. A.  
2009. *Empreendedorismo*. 7. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Lastres, H. M. M. e Cassiolato, J. E.  
2005. *Contribuição do PDACT para a melhoria das condições de competitividade da indústria brasileira*. Disponível em: <<http://www.mct.gov.br/publi/PADCT/lastres.pdf>>. Acesso em: 24 out. 2005.
- Lazzarini, S. G. et al.  
2001. Integrating Supply Chain and Network Analysis: the study of netchains. *Journal on Chain and Network Science*. [S.l.], v. 1, n. 1, p. 7-21.
- Lopez Júnior, G. S. e Lucas de Souza, E. C.  
2006. Instrumento de Medida da Atitude Empreendedora - IMAE: Construção e Validação de uma Escala. In: Encontro da ANPAD, 30, 23 a 27 de Setembro Salvador/BA, 2006. *Anais...*, Salvador/BA: EnANPAD.
- Lundvall, B.  
1997. *National Systems of Innovation: Toward a Theory of Innovation and Interactive Learning*. London: Pinter.
- Magalhães, C. F.  
2002. *Diretrizes para o Turismo Sustentável em Municípios*. São Paulo: Roca.
- Martinez, J. M.  
2004. Una visión dinámica sobre el emprendedurismo colectivo. *Revista de Negócios*, Blumenau, v.9, n.2, p.91-105.
- Ménard, C. e Klein, P. G.  
2004. Organizational issues in the agrifood sector: toward a comparative approach. *American Journal of Agricultural Economics*, 86(3): 750-755.
- Ministério do Turismo – Mintur  
2010. *Turismo Rural: orientações básicas*. 2.ed – Brasília.
- Nassar, A. M.  
2001. *Eficiência das associações de interesse privado nos agronegócios brasileiros*. 2001. 236 f. Dissertação de Mestrado - Universidade de São Paulo, São Paulo.

- Olson, M.  
1999. *A Lógica da Ação Coletiva*. Tradução Fabio Fernandes. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- Pasini, A. H.  
2013. *A ação coletiva como forma de agregação no sistema agroindustrial da aquicultura de Maripá – PR*. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Regional e Agronegócio, Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Paraná.
- Pinheiro, A. M.  
2005. *O cooperativismo do MST e a sustentabilidade no contexto da reforma agrária: o caso da Cooperativa de Produção Agropecuária dos Assentados de Charqueadas Ltda*. Dissertação (mestrado) – Programa de pós-graduação em Administração. Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina.
- Pires, P. S.  
2002. *Dimensões do ecoturismo*. São Paulo: Editora Senac.
- Plog, S. C.  
2002. Por que a preservação do destino tem sentido econômico. Em: Theobald, Wiliam F. (Org.) – *Turismo Global*. São Paulo: Ed. Senac, 2002.
- Reich, R. B.  
1987. Entrepreneurship Reconsidered: The Team as Hero. *Harvard Business Review*, Boston, v.65, n.3, p.77-83, may/jun.
- Reis, C.; Vavassori, M.  
2013. Turismo rural em Blumenau (SC): perspectivas e desafios a partir da avaliação de famílias que acolhem visitantes em suas casas. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. São Paulo, v.7, n.2, p. 209-219.
- Ricci, F.; Sant'ana, R.  
2009. Desenvolvimento turístico sustentável: o artesanato local como alternativa na cidade de Santo Antônio do Pinhal, SP. *Revista Cultura e Turismo*. Santa Cruz, ano 03, n. 01.
- Sachs, I.  
2003. *Inclusão social pelo trabalho: desenvolvimento humano, trabalho decente e o futuro dos empreendedores de pequeno porte*. Rio de Janeiro: Garamond.
- Santos, F. S. dos.  
2010. *Momentos de empowerment: estratégias de pequenos produtores vinculados à agricultura familiar no Rio Grande do Sul*. Dissertação (mestrado) – Programa de Pós Graduação em Administração. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2010.
- Schneider, S.  
2010. Situando o desenvolvimento rural no Brasil: o contexto e as questões em debate. *Revista de Economia Política*, vol. 30, nº 3, p. 511-531.
- Schumpeter, J.  
1982. *A Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. São Paulo: Abril Cultural.
- Sebrae.  
2013. *Coleção Estudos e Pesquisas: Sobrevivência das Empresas no Brasil*.
- Storper, M.  
1997. *The regional world: territorial development in a global economy*. Guilford Press: New York.
- Tabosa, F. J. S. et al.  
2009. *A importância do capital social e da solidariedade para o desenvolvimento local: um estudo de caso*. Disponível em: <[www.sober.org.br/palestra/12/10P466.pdf](http://www.sober.org.br/palestra/12/10P466.pdf)>. Acesso: 29 set. 2009.
- Tabosa, T. C.; Fernandes, N. C. e Paiva Júnior, F.  
2010. O fenômeno empreendedor coletivo e humanizado: a produção e a comercialização do artesanato bonecas solidárias de Gravatá/PE no mercado doméstico. *Revista de Negócios*, Blumenau, v15, n.3, p11 – 28.
- Tulik, O.  
2010. Turismo e Desenvolvimento no Espaço Rural: Abordagens Conceituais e Tipologias. Em: Santos, Eurico de Oliveira y Souza, Marcelino de (Eds). *Teoria e prática do Turismo no espaço rural*. Barueri: Manole.
- Uzzi, B.  
1997. Social structure and competition in interfirm networks: the paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly*. [S.l.], v 42, p.35-67.

Veiga, J. E. da.

2007. Mudanças nas relações entre espaços rurais e urbanos. In: *Economia e Território no Brasil Contemporâneo*. Org. PIQUET, Rosélia; OLIVEIRA, Elzira de. 2007.

Vieira Filho, N.; Araújo, J. G.

2010. Empreendedorismo e Turismo na Era do Conhecimento. *Revista Global Turism.* [s. l.], v. 6, n.1.

Zylbertszajn, D. e Farina, E.

1999. Strictly Coordinated Food-Systems: exploring the limits of the Coasian Firm. *International Food and Agribusiness Management Review*, v. 2, n.2, p. 249 - 265.

Zylbertszajn, D.

2010. From Contracts to Networks: New Directions in the Study of Governance of Agro-Food-Energy Networks. In: 4TH European Forum on Systems Dynamics and Innovation in Food Networks, 2010, Innsbruck-Igls, *Anais...* Innsbruck-Igls.

*Recibido:* 26/06/2014

*Reenviado:* 01/02/2016

*Aceptado:* 20/02/2016

*Sometido a evaluación por pares anónimos*

# A hospitalidade comercial e doméstica sob formas híbridas em destinos turísticos rurais em Nova Friburgo/RJ, Brasil<sup>1</sup>

**Dan Gabriel D’Onofre**

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (Brasil)

**Marcelino de Souza**

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Brasil)

---

**Resumo:** A qualidade da relação anfitrião-hóspede (hospitalidade) desempenha papel importante na experiência do turista. Essa pesquisa teve por objetivo descrever e analisar as práticas da hospitalidade, bem como suas ações no desenvolvimento dos diversos domínios da hospitalidade nas atividades turísticas. A Região Serrana do Estado do Rio de Janeiro foi eleita para realização da pesquisa. Utilizou-se levantamento de dados primários junto a 9 famílias rurais que trabalham com atividades turísticas, em 2012, por intermédio de entrevistas em profundidade, além da técnica de diário de campo e registro fotográfico. Os resultados revelaram que a base para a construção da hospitalidade comercial é a hospitalidade doméstica, sendo que esta não se desintegra para a construção daquela porque as famílias que oferecem tais serviços não deixam de receber, alimentar, hospedar e entreter seus amigos e familiares. Conclui-se que ocorre a hibridização da hospitalidade doméstica com a comercial.

**Palavras-chave:** Hospitalidade; Turismo rural; Desenvolvimento rural; Relação rural-urbano; Multifuncionalidade.

---

## **Commercial and domestic hospitality in hybrid forms in rural tourist destinations in Nova Friburgo/RJ, Brazil**

**Abstract:** The quality of the host-guest ratio (hospitality) plays an important role in the tourist experience. This research aimed to describe and analyze the hospitality practices and their actions in the development of various fields of hospitality in tourism. The mountainous region of Rio de Janeiro State was elected to the research. We used primary data collection at 9 rural families working with tourist activities in 2012, through in-depth interviews, in addition to the field diary and photographic recording technique. The results revealed that the basis for the construction of commercial hospitality is the domestic hospitality, and this does not disintegrate for the construction of that because families providing such services do not cease to receive feed, host and entertain your friends and family. We conclude that there is the hybridization of domestic hospitality commercial.

**Keywords:** Hospitality; Rural tourism; Rural development; Rural-urban relationship; Multifunctionality.

---

## **1. Introdução**

Encarar o turismo rural como uma prática social pode ser mais abrangente do que simplesmente como uma atividade econômica porque permite entender as relações existentes entre os atores envolvidos no processo turístico, bem como os impactos da atividade na comunidade receptora envolvendo as relações de hospitalidade que o turismo provoca na mesma. Assim, como outras estratégias de desenvolvimento,

---

\* Professor Assistente do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Doutorando em Ciências Sociais/UFRRJ, Rio de Janeiro, Brasil; E-mail: donofretur@gmail.com

\*\* Professor Associado da Faculdade de Ciências Econômicas e dos Programas de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural e de Agronegócios da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS. Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil. E-mail: marcelino.souza@uol.com.br

o turismo rural requer vários componentes para ser bem sucedido. O desenvolvimento do turismo rural envolve cinco elementos, segundo Wilson et. al. (2001): (1) atrações; (2) promoção; (3) infraestrutura de turismo; (4) serviços e (5) de hospitalidade: ou seja, como os turistas são tratados pelos moradores da comunidade, pelos funcionários e proprietários dos empreendimentos.

Sendo assim, nas áreas rurais, para o turismo alcançar níveis de qualidade, os esforços de pesquisa devem ser realizados para entender cada um destes componentes. Com o olhar centrado aos circuitos turísticos rurais do Rio de Janeiro, este trabalho almeja aplicar o marco teórico dos tempos e espaços da hospitalidade a fim de emergir a realidade local. Os objetos de análise são os serviços comerciais de hospitalidade oferecidos no distrito do Campo do Coelho, no município fluminense de Nova Friburgo (D'Onofre, 2013). Neste sentido, este artigo também pretende tratar como tais serviços surgiram, bem como se desenvolvem na atualidade sob uma perspectiva descritiva. Tal esforço é embasado em discussões transversais aos estudos turísticos. Dessa maneira, a primeira parte faz uma incursão pela bibliografia referente à hospitalidade e sua relação com o turismo. Na segunda parte são apresentados os procedimentos metodológicos utilizados na investigação. Logo em seguida, aponta-se como se sucedera o fenômeno turístico no recorte espacial da pesquisa. Posteriormente, abordaram-se as especificidades da hospitalidade comercial dos circuitos turísticos de Campo do Coelho com vistas a explicitar os pontos de interpenetração do rural e do urbano, do doméstico e do privado. Por fim, apresentam-se as principais conclusões da pesquisa.

## 2. A hospitalidade na literatura acadêmica

O termo hospitalidade tem raízes históricas que se iniciam no século XIII. Segundo Grinover (2002), a etimologia da palavra tem origem latina *hospitalitas*, essa mesma derivada de *hospitalis*, hospício, casa de repouso para viajantes e peregrinos. A expressão hospitalidade assumiu nas produções técnicas de língua inglesa um caráter reducionista, cujo cunho é extremamente monetário, ao se referir à indústria de *catering*<sup>2</sup> e hotelaria como as únicas instâncias que compõem a hospitalidade. De fato, essa concepção está segundo Lashley (2003: 2), atrelada aos serviços de oferta de alimentos, bebidas e acomodação, sendo essas instâncias caracterizadas pelo autor como a “trindade” da hospitalidade.

Camargo complementa a visão de Lashley com a inserção do entretenimento à trindade. Segundo Camargo (2003: 16), “receber pessoas implica entretê-las de alguma forma”, sendo essa uma característica baseada na expansão dos hábitos de hospitalidade enquanto lazer. Por mais que a trindade de Lashley pareça o bastante para definir a hospitalidade, o senso comum tende a associar, principalmente em festejos, os hábitos que envolvem a alimentação e a acolhida às músicas, danças e outros aparatos lúdicos.

Apenas para fins comparativos, apresentam-se as disparidades conceituais entre aqueles que se limitam aos aspectos econômicos da hospitalidade, e os teóricos que venceram esse paradigma ao expandir os limites da área enquanto objeto de estudo. Segundo Dias (2002: 102), as publicações recentes dos países anglo-saxônicos se debruçam sobre o fenômeno da hospitalidade com um recorte mais afinado aos aspectos comerciais que a apropriação capitalista provoca à hospitalidade. Em contraponto, Dias cita alguns autores que avançaram em abordagens que demonstram a amplitude da hospitalidade enquanto fenômeno social e cultural.

Segundo Selwyn (2004: 37), a hospitalidade deriva do ato de dar e receber. Telfer (2004) por sua vez, afirma que a hospitalidade pode ser definida como “a oferta de alimentos e bebidas e, ocasionalmente, acomodação para as pessoas não membros regulares da casa”. Nessa relação, o fenômeno envolve tanto anfitriões quanto os hóspedes. Lashley (2003: 4) defende que “a hospitalidade envolve, originalmente, mutualidade e troca e, por meio dessas, sentimentos de altruísmo e beneficência”. Ao centrar o olhar sobre a produção e o consumo de alimentos, bebidas e, em menor proporção, acomodação, Lashley afirma que essas ações desempenham importante papel no estabelecimento de distinções entre os seres humanos e os demais seres.

Com base nessas perspectivas, avança-se que a função básica da hospitalidade é estabelecer um relacionamento ou, para promover uma relação já estabelecida. Ou seja, o dar e receber de hospitalidade envolve princípios de reciprocidade entre anfitriões e convidados, e, portanto, um conjunto complexo de regras interacionais que envolvem valores compartilhados e confiança (Tucker, 2003). Os aspectos da oferta da hospitalidade foram divididos por Lashley em três domínios (social, privado e comercial), o que permite a análise das atividades relacionadas em cada um desses. Sobre esses domínios, Lashley afirma que podem assumir uma configuração independente, assim como apresentar caráter de sobreposição. Vale lembrar que a hospitalidade, segundo as definições formatadas anteriormente,

encaixa-se dentro do fenômeno turístico. Segundo Baptista (2009), a noção de hospitalidade atravessa todas as manifestações sociais associadas ao turismo e à hotelaria, que são frequentemente associadas à “indústria da hospitalidade”.

Todavia a hospitalidade não se encerra ali. Diferentemente do turismo, fenômeno que está ligado ao desenvolvimento do capitalismo, da ascensão de classes trabalhadoras ao exercício do lazer e de deslocamento voluntário de pessoas a localidades distintas de suas residências; a hospitalidade não é recente. Recepcionar, hospedar, alimentar e entreter são atividades difíceis de datar, pois envolvem ações que foram primordiais para a constituição de nossa civilização. O domínio da hospitalidade doméstica apresenta ainda uma característica essencial: a família nuclear enquanto anfitriã. Por mais que a oferta de alimentos, bebidas e acomodação venha a representar atos de amizade, sabe-se que nessa modalidade de hospitalidade, o anfitrião possui um status de controle sobre estas práticas.

De acordo com Lashley (2003), a partilha da hospitalidade cria laços simbólicos e vínculos entre as pessoas envolvidas, sendo sua finalidade a inversão dos papéis, quando o anfitrião se tornará hóspede e vice e versa. A comercialização da hospitalidade rural, bem imaterial que envolve os serviços de alimentação, recepção, hospedagem e entretenimento, presta-se como um dos fatores principais para a criação de um mercado turístico.

A atividade comercial não é estendida aos entes que compõem o círculo de amigos e familiares. Assim, enfatiza-se que há distinções explícitas e implícitas entre a hospitalidade privada e a comercial. Desta forma, os relacionamentos decorrentes da hospitalidade podem servir para consolidar estruturas de relações entre anfitrião e hóspede, tanto no campo simbólico quanto material, quer seja de domínio comercial, privado e social, quer ela aconteça no meio rural ou urbano. Finalmente, vale destacar que a criação da hospitalidade direcionada para uma determinada finalidade implica em desenvolver ações da iniciativa privada e do setor público. As políticas públicas, na medida do possível, deveriam estimular a criação de ambientes hospitalares, sejam estes de abrangência local, regional ou nacional.

### 3. Procedimentos metodológicos

O cerne do enquadramento teórico teve como fundamento o estudo dos tempos e espaços da hospitalidade elaborados por Camargo (2003). Para tal, foram selecionados apenas alguns tempos e espaços da hospitalidade, sendo eles: o recepcionar, o alimentar, o hospedar e o entreter nos domínios doméstico e comercial. Em consonância com a situação de escassez documental sobre o fenômeno social da hospitalidade na Serra Fluminense, priorizou-se a coleta de entrevistas dessas famílias enquanto anfitriãs, bem como o desencadear de fenômenos a que essas estão sujeitas quando concedem hospitalidade. Logo, os dados primários que fundamentaram o processo investigativo se baseiam nas entrevistas em profundidade realizadas em todas as propriedades rurais (9 famílias) que recebiam comercialmente visitantes em junho de 2012 (D'Onofre, 2013).

Através dos relatos orais e práticas dos atores sociais que estão na qualidade de anfitriões rurais, pretendeu-se veicular esse conhecimento, o qual busca a repercussão do vivido, segundo a concepção de quem viveu. As informações não orais, como os gestos, as ações, as cenas, foram catalogadas no diário de campo. Também, com o auxílio de máquina fotográfica foram captadas imagens diversas que se relacionavam à hospitalidade. Há de se ressaltar que, por intermédio de orientação do Grupo de Pesquisa Mercados Não Agrícolas (UFRGS), não se captou imagem dos entrevistados.

Para o procedimento de coleta de dados, utilizou-se como técnica as entrevistas semi-estruturadas e guiadas com perguntas abertas em questionário previamente elaborado. A manipulação dos dados foi feita através da codificação, que foram agrupados em quadros referentes a cada tempo e espaço da hospitalidade, com a utilização do programa *Microsoft Office Word 2007*, de acordo com as categorias de análise que foram baseadas nas premissas teóricas de Lashley (2003) e Camargo (2003).

A ressaltar que nessas obras apenas os domínios doméstico (privado) e comercial serão passivos de análise, tem-se as categorias que permitem reunir os dados coletados junto às famílias rurais de Nova Friburgo. Os dados coletados juntos às famílias anfitriãs foram expostos de forma indireta a fim de preservar o sigilo dos informantes, além de salvaguardar a intimidade das famílias (D'Onofre, 2013). Elaborada a codificação, a técnica para a análise dos dados realizada foi a análise funcional com o intuito de caracterizar o que é típico em cada tempo e espaço da hospitalidade humana, com algumas pontuações sobre distinções que se evidenciaram e sua conseqüente ligação com os referenciais teóricos.

#### 4. O fenômeno turístico no espaço em questão

Nova Friburgo atualmente faz parte de uma região turística consolidada e de projeção internacional: a Serra Verde Imperial cujo município referência é Petrópolis (ver Imagem 1). Sua proximidade com a metrópole fluminense, assim como a gastronomia variada e a tradição cultural das diversas etnias que o compõe são fatores para a atratividade (Rio de Janeiro, 2006).

**Imagem 1: Reprodução gráfica do destino Serra Verde Imperial, Rio de Janeiro, 2012**



Fonte: Rio de Janeiro, 2012.

O distrito do Campo do Coelho (ver Imagem 2) apresenta dois circuitos turísticos, onde um é intermunicipal e o outro está dentro dos limites de Nova Friburgo. O Circuito Turístico Tere - Fri (CTTF) partiu da iniciativa de empreendedores que lidavam com o turismo, mas de maneira desintegrada, cuja constatação os levou a se unirem em torno de uma iniciativa privada. No início da década de 2000, o CTTF se concretizou e recebeu esse nome pelo fato de estar disposta às margens da Estrada Teresópolis – Nova Friburgo ou Tere-Fri.

**Imagem 2: Reprodução gráfica dos distritos turísticos de Nova Friburgo, 2009.**



Fonte: Empresa de Turismo Receptivo de Nova Friburgo, 2009.



De acordo com D'Onofre (2013), o Circuito Turístico dos Três Picos (CTTP) teve sua consolidação posterior ao CTTF, apesar de os entrevistados revelarem que ele é mais antigo. A segunda fase do CTTP ocorreu por intermédio do contato com o CTTF. Algumas das famílias residentes no Parque Estadual dos Três Picos (PETP) se propuseram em participar do CTTF, entretanto os próprios gestores deste circuito turístico revelaram que o fato de os empreendimentos do PETP se situarem mais afastados da rodovia RJ 130 impediria o pleno desenvolvimento dos mesmos. Assim, os moradores do parque decidiram retomar o CTTP e desenvolvê-lo independente ao CTTF, embora de modo sinérgico.

Para tanto, é necessário revelar que o turismo na região está atrelado aos esportes desenvolvidos em regiões de topografia elevada e escarpada. De acordo com os depoimentos dos entrevistados, a iniciativa dos montanhistas, a partir da década de 1940, fez com que se iniciasse o fluxo dos primeiros turistas na região. A partir de 1970, inicia-se o processo de inserção de novos turistas que não demonstravam interesse único em esportes montanhistas, mas desejavam um espaço longe da agitação dos grandes centros urbanos. Estes turistas demonstram o desprezo pela vida urbana e o gosto pela paisagem campestre, o ideal de uma vida simples e integrada à natureza, além da busca pelo equilíbrio espiritual.

Nesse período, o município de Nova Friburgo recebeu levas desses grupos estabelecendo o turismo em diversos distritos, como o de Lumiar, São Pedro da Serra e o de Campo do Coelho conforme Teixeira (1998); D'Onofre (2010). O que difere esse segundo fluxo turístico do primeiro, é que muitos desses turistas decidiram residir nas localidades friburguenses, como foi o caso de Campo do Coelho (ver Imagem 3). Muitos deles se dedicaram à agricultura orgânica, à criação de trutas, além de atividades culturais como o montanhismo, a estamparia em tecidos, gastronomia, cerâmica. Após a instalação dos primeiros neorrurais, seus parentes também se instalaram na localidade.

**Imagem 3: Bucolismo Serrano Fluminense<sup>3</sup>, distrito do Campo do Coelho, Nova Friburgo [RJ], 15 jun. 2012 [doc. Fot.]**



**Fonte:** Fotógrafo, Dan Gabriel D'Onofre.

Vale salientar que ambos os fluxos coexistem e continuaram a frequentar o local até os dias de hoje. Entretanto, há uma terceira geração de turistas, cujo grupo é composto por pessoas da classe média, possuidores de automóveis que frequentam o distrito friburguense durante os fins de semanas, recessos escolares, bem como feriados. Esses são os turistas de pequenos intervalos<sup>4</sup> que usufruem do automóvel como meio de transporte para se deslocar às localidades turísticas que não ultrapassem 300 quilômetros de sua residência.

## **5. O hibridismo nos domínios da hospitalidade: confluências entre o doméstico e o comercial**

### **5.1 O receber**

A forma que os empreendedores do CTTF e CTTP têm para convidar e receber aqueles que não conhecem a localidade é as mídias virtuais; as brochuras elaboradas pelos integrantes do mesmo e que são expostas no Centro de Turismo de Nova Friburgo, bem como nos eventos onde a cidade é representada; além das reportagens que são reivindicadas junto aos sistemas de comunicação de massa de Nova Friburgo.

Apesar de muitos aparecerem de forma espontânea, os empreendedores turísticos rurais da localidade contam com um sistema de reservas operado por eles mesmos. Entre os turistas montanhistas há uma espécie de rede de sociabilidade fundamentada na amizade e na reciprocidade positiva. Consequentemente, esses montanhistas anfitriões em Nova Friburgo acabam por ser acolhidos por outros montanhistas quando longe de lá, a fazer com que aqueles retribuam a recepção a estes quando estão na Serra Fluminense. Assim, muitos desses turistas montanhistas que frequentam o PETP não necessariamente estão passivos ao pagamento dos serviços de hospitalidade presentes na região.

Muitos turistas que circulam pelo Circuito Tere-Fri fazem diversas paradas nos estabelecimentos dispostos à beira da rodovia. Assim, eles têm a oportunidade de consumir os produtos produzidos no local, bem como receber informações sobre o CTTF e demais atratividades da região. Esse fenômeno é típico da atividade turística, pois movimenta toda sua cadeia produtiva nos três setores econômicos.

### **5.2 O hospedar**

Em Nova Friburgo, muito do que foi desenvolvido para a hospedagem no CTTP se deve à adaptação provocada pelo fluxo espontâneo de turistas. A primeira forma de recepção no local partiu dos agricultores e pecuaristas que acolhiam os primeiros desbravadores que se propuseram em abrir as trilhas para alcançar os picos mais altos da Serra do Mar. Bem próximo ao sopé desses picos, uma antiga construção serviu durante muito tempo como abrigo aos primeiros montanhistas da região. Esse tipo de meio de hospedagem é resultado do aprimoramento dos refúgios de montanha.

Com a finalidade de favorecer a estada de montanhistas que vêm de toda a parte, muitos desses neorrurais se dedicaram na construção de refúgios. Os serviços oferecidos nesses meios de hospedagem são simples e economicamente acessíveis. Por uma pequena taxa (15 a 28 reais<sup>5</sup>), os hóspedes têm acesso a um local para dormir que pode tanto ser uma cama (beliche), quanto um colchão em um quarto coletivo; além de banheiros com chuveiros elétricos, sanitários, pias, espelhos; e cozinha equipada.

A disposição topográfica desses refúgios obedece a uma lógica local, visto que eles sempre estão num patamar abaixo das residências dos anfitriões, as quais não são anexadas. Os refúgios locais são construções que ou foram as primeiras casas dos anfitriões, ou foram edificadas para a finalidade de serem refúgios de montanhistas. A força de trabalho para erguê-los é da própria comunidade, com a ajuda de seus vizinhos e hóspedes. Os materiais utilizados na obra são majoritariamente da localidade.

Com a existência do fluxo de turistas de pequenos intervalos estes requisitam maiores necessidades quanto à permanência no local. Assim, alguns moradores locais decidiram ofertar hospedagem com mais opções de serviços e amenidades, as quais contemplam as demandas das famílias de hóspedes. Na maioria das vezes, essas pousadas surgiram por conta da demanda desse tipo de turista, onde os donos de casas ou chalés desocupados adaptaram os espaços para o comércio da hospedagem. O que fica evidente é que a vulnerabilidade de hóspedes ao ambiente externo determina a qualidade e quantidade de serviços oferecidos pelos anfitriões.

Os serviços das pousadas extrapolam o que já é oferecido nos refúgios. A privacidade é um dos diferenciais, visto que nessas pousadas a existência de cômodos separados é superior aos refúgios. Entretanto, não se pode concluir que um serviço é melhor que o outro, visto que ambos atendem adequadamente aos públicos com demandas específicas. A diária por pessoa oscila entre R\$ 30,00 a R\$ 45,00 (aproximadamente US\$ 15 a US\$ 27,50, em 2012). Os serviços de alimentação não são padronizados. Todos oferecem roupa de cama, banheiros com chuveiro de água quente, bem como acesso à cozinha equipada e churrasqueira.

Sob os aspectos relacionais, o que se constatou segue a análise de Lashley (2003), pois no CTTTP ao pagar pela hospedagem, o turista se exime de quaisquer obrigações para com seu anfitrião. Dessa forma, é possível compreender que grande parte dos hóspedes deseja o mínimo possível de controle por parte dos anfitriões. O que eles desejam é uma relação em que seja favorável as suas demandas, as quais os anfitriões podem exercer poucas interferências quando dentro do domínio do local cedido temporariamente aos seus hóspedes. Em compensação, as regras de convivência ficam mais explícitas quanto aos aspectos proibitivos, como não fumar dentro dos meios de hospedagem, a manutenção da limpeza e organização das cozinhas, copas e banheiros compartilhados, além da separação do lixo reciclável dos demais. Além disso, a transação monetária exige o hóspede em retribuir a hospitalidade comprada, salvo exceções em que os anfitriões são convidados pelos hóspedes a serem recebidos em suas residências. Tal inversão de papéis raramente ocorre, pois, como a maioria dos hóspedes das pousadas vem do Rio de Janeiro, os anfitriões já possuem suas redes de contato na capital fluminense, o que de certa forma influencia na não requisição do convite feito muitas vezes por praxe.

### 5.3 O alimentar

A fim de proporcionar recomposição biofísica aos turistas, empreendedores de Nova Friburgo lançam mão de suas habilidades culinárias para ofertar alimentos e bebidas. Ao redor da Tere-Fri é constante a presença de restaurantes, bares, lanchonetes e mercados. Em Campo do Coelho, a maioria dos empreendimentos que oferecem alimentação, sobretudo os dispostos à beira da rodovia RJ-130, surgiu pela demanda que os viajantes imputaram quando em trajeto entre Nova Friburgo e Teresópolis.

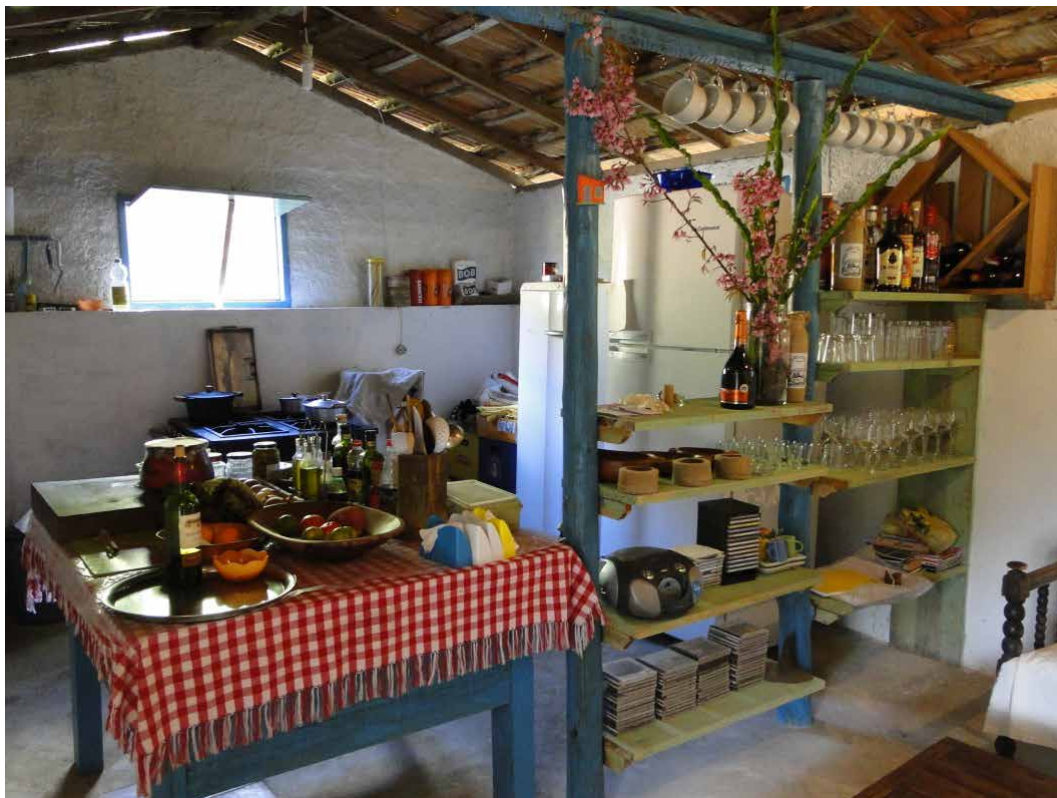
No CTTT, os empreendimentos que se dedicam especialmente à alimentação ficam no município de Teresópolis (Circuito Turístico Tere-Fri, 2012), fora do recorte espacial da pesquisa. Todavia, outros empreendimentos que se dedicam às atividades de compras, acabam por oferecer alimentação aos seus hóspedes, como é o caso do Apiário “Amigos da Terra” e da “Queijaria e Chocolataria Suíça” de Nova Friburgo. O apiário, além da produção apícola cujo mel, própolis e derivados abastecem o mercado consumidor fluminense, comercializa seus produtos numa loja própria. O local não oferece refeições, apesar de comercializar alimentos como mel, pães de mel, entre outros.

Outro empreendimento híbrido integrante do CTTT é a Queijaria Suíça de Nova Friburgo (FRIALP) e Chocolataria Escola, a qual surgiu como uma parceria entre o governo suíço e a prefeitura de Nova Friburgo ainda na década de 1980. Parte integrante do Instituto Fribourg Nova Friburgo – Casa Suíça, o objetivo da parceria é estreitar os laços culturais entre os suíços e seus descendentes brasileiros, além de propiciar o intercâmbio tecnológico com o fomento da produção leiteira na região e seus derivados. Muitos turistas frequentam o empreendimento com a finalidade de degustar queijos, requeijões, chocolates e outros produtos comercializados ali. Internamente, há um restaurante que privilegia os queijos em seus pratos, bem como chocolates em suas sobremesas.

Dessa forma, é possível verificar que empreendimentos turísticos tendem a ser multifuncionais a fim de contemplar a demanda das mais variadas necessidades humanas. Isso também foi detectado no CTTT, onde os refúgios e pousadas se dedicam a oferta de alimentação que é remunerada à parte da diária. O café da manhã custa em torno de R\$ 10,00 por pessoa (cerca de US\$ 5). É também possível solicitar outras refeições cujo preço oscila entre R\$ 10,00 a R\$ 20,00 (de US\$ 5 a US\$ 10). A depender do refúgio, o hóspede que solicita uma refeição encontra uma variedade de estilos gastronômicos, visto que muitos dos empreendedores seguem filosofias alimentares de origem urbana como o veganismo e o vegetarianismo. Estar num refúgio ou pousada não impede que o turista se alimente em outro empreendimento, pois o ambiente não é de concorrência, mas de cooperação. Entretanto, na maioria dos empreendimentos que oferecem alimentação, o preparo da refeição é acordado entre hóspedes e anfitriões. Outro aspecto relativo à alimentação é a difusão dos rodízios de pizzas a organizá-los com o intuito de oferecer uma opção de refeição no horário noturno, além de ser um momento de confraternização entre a comunidade local e os turistas que prestigiam o momento.

Os donos dos refúgios revelam que se ocupar com o preparo de refeições, por mais que traga lucratividade aos mesmos, acaba por sobrecarregá-los e tal tarefa começa a competir com demais atividades que já são desenvolvidas pelos mesmos. Assim, os donos de refúgios indicam tanto os serviços de refeições congeladas, quanto à trutaria “Arco Íris” e o restaurante “Lua Cheia” (ver Imagem 4) que também fazem parte do circuito. Todos os empreendimentos que lidam com a alimentação têm suas cozinhas abertas aos turistas. O ambiente é de intensa interação. Tanto as cozinhas, como as copas são os locais onde ocorrem as confraternizações, trocam-se receitas e informações, experimentam-se novos sabores, aprendem-se novas técnicas culinárias, criam-se laços e redes de sociabilidade.

**Imagem 4: De curral a restaurante: o restaurante “Lua Cheia”, distrito do Campo do Coelho, Nova Friburgo [RJ], 16 jun. 2012 [doc. Fot.]**



Fonte: Fotógrafo, Dan Gabriel D'Onofre.

#### 5.4 O entreter

Uma das estratégias que os empreendedores do turismo no espaço rural em Nova Friburgo utilizam para atrair turistas são eventos. Muitos deles têm objetos específicos para comemoração. No CTTF, os empreendedores do Apiário da Terra tiveram a ideia de construir um museu com a finalidade de expor de forma lúdica e pedagógica a vida das abelhas. Dessa forma, por iniciativa do sucesso da produção apícola, surgiu nas margens da Tere-Fri o Museu do Mel, o único do Brasil. A função principal do Museu do Mel é ser um atrativo para o desenvolvimento do turismo rural pedagógico, cujo público é composto principalmente por crianças e adolescentes em fase escolar.

Ainda no CTTF, a Casa Suíça (ver Imagem 5) apresenta uma diversidade de atrativos turísticos que tem a finalidade de entreter os visitantes que ali passam. O Memorial do Colonizador é um espaço dedicado à memória da colonização helvética no Brasil, que dispõe de diversos materiais em seu acervo em permanente exposição, como as bagagens, vestimentas, utensílios, entre outros artefatos trazidos pelos primeiros suíços que vieram para viver em Nova Friburgo. O local apresenta dispositivos multimídias que divulgam a adaptação e miscigenação dos helvéticos à estrutura social, cultural e múltipla do Brasil. Por parte dos anfitriões e gestores, há uma constante preocupação em trazer elementos de outras culturas que vieram para a formação não só do povo friburguense, mas de toda a Região Centro-Norte fluminense.

O local ainda conta com uma loja que vende lembranças que aludem à construção de um sentimento de pertença étnica helvética onde há canivetes, blusas, livros, entre outros produtos suíços. Outro ponto que chama atenção é o Museu de Taxidermia que possui mais de 200 animais empalhados, todos oriundos da Mata Atlântica. Segundo os mesmos, a intenção vai além da promoção da arte, visto que tem proposta de demonstrar a diversidade da fauna local.

**Imagem 5: Casa Suíça, distrito do Campo do Coelho,  
Nova Friburgo [RJ], 17 jun. 2012 [doc. Fot.]**



**Fonte:** Fotógrafo, Dan Gabriel D'Onofre.

Por conta da iniciativa local dos moradores e empreendedores do PETP, diversos eventos são desenvolvidos com a finalidade de celebrar tradições e culturas locais, como também promover os esportes de montanha. Sobre esse último ponto, diversos encontros de excursionistas, bem como campeonatos de escaladas em blocos de pedra (*bolders*) são realizados com a finalidade de atrair turistas que já possuem experiência com os esportes de montanha, além de angariar o público interessado em tal.

Muitos dos neorurais que hoje vivem e se dedicam ao turismo na localidade perceberam que algumas tradições dos primeiros agricultores e pecuaristas na região estavam por se extinguir, como é o caso do “mineiro pau”, uma dança típica difundida pelo interior fluminense. Dessa forma, com o consentimento e envolvimento da vizinha comunidade agrícola de Salinas, os empreendedores turísticos realizaram não apenas festas que celebrassem o “mineiro pau”, como também avançaram na questão com os músicos da região que se dedicam à sanfona, a realizar periodicamente o Encontro de Sanfoneiros. Nesses eventos, além de trazerem pessoas de diversas partes do interior do Rio de Janeiro, muitos turistas e visitantes aproveitam para celebrar e usufruir os serviços turísticos que o CTTTP dispõe à clientela.

Outras festividades têm sido desenvolvidas em diversos empreendimentos, os quais apresentam diversas temáticas e forma de organizar. O fato dos neorurais ainda guardarem seus hábitos culturais de origem urbana permite a inserção de eventos que não seriam possíveis sem a iniciativa dos mesmos. Assim, muitos dos momentos de entretenimento comercial são permeados pela profusão entre os elementos culturais urbanos e rurais cuja territorialização no espaço rural de Nova Friburgo traz novas experiências aos convidados, os quais estão mais propensos à assimilação dessas práticas culturais híbridas.

## 6. Considerações Finais

A análise da hospitalidade nos destinos turísticos rurais estudados no Estado do Rio de Janeiro revela em si a hibridização dos domínios comercial e doméstico antes do que mesmo uma anulação de uma categoria perante a outra. Vale destacar que o fenômeno turístico é por excelência um dos fatores que promove ressignificações. Assim, no caso que se descreveu é possível ver que a base para a construção da hospitalidade comercial é a hospitalidade doméstica, sendo que esta não se desintegra para a construção daquela porque as famílias que comercializam tais serviços não deixam de receber, alimentar, hospedar e entreter seus amigos e familiares de maneira generosa e gratuita. Ou seja, as respostas demonstram que não há uma perspectiva de sucessão eliminatória nos processos de formação dos serviços comerciais de hospitalidade. A exceção recai apenas à Casa Suíça, haja vista que este empreendimento não surgira como um esforço de uma família local para atender uma demanda turística, mas sim como uma estratégia surgida entre entes públicos para a manutenção de laços comerciais e culturais.

Salienta-se que os tempos e espaços da hospitalidade não são cadeias teóricas que tornam os âmbitos sociais e culturais campos herméticos e bem definidos. A própria multifuncionalidade das estruturas criadas para atender visitantes sugere que suas relações desempenhadas com os anfitriões não se cerceiem apenas ao receber, alimentar, hospedar e entreter. Todas essas ações, permeadas de elementos culturais, podem ocorrer aos mais variados espaços sociais, como é o caso do museu que oferece alimentação ou a pousada que apresenta opções de entretenimento. De fato, o constructo teórico possibilita a visualização do fenômeno social da hospitalidade, mesmo que com ressalvas quanto à aplicabilidade em casos reais nos mais variados modelos de gestão de destinos turísticos. Assim, com base na realidade empírica estudada, abre-se uma agenda de pesquisa para a realização de trabalhos futuros que venha a trazer e aprofundar o debate sobre o complexo fenômeno da hospitalidade e seu relacionamento com o desenvolvimento rural.

## Bibliografia

- Baptista, I.  
2009. "Hospitalidade e turismo: ética e pedagogia da solidariedade". In Peres, A. N. e Lopes, M. de S. (coord.). *Animação Turística*. Chaves, Portugal: Associação Portuguesa de Animação e pedagogia (APAP). 1ª. ed. 305p.
- Camargo, L. O. L.  
2003. "Os domínios da hospitalidade". In Dencker, A. F. M; Bueno, M. S. (org.). *Hospitalidade: cenários e oportunidades*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Circuito Turístico Terê Fri.  
2012. "Estabelecimentos comerciais". Nova Friburgo, 2012. Disponível em: <<http://www.circuitoterefri.com.br/listar.php?tipo=3>>. Site acessado em: 27 out. 2012.
- Collado, J. M.  
2010. "Glosario de turismo y hostelería". Recuperado em 26 outubro, 2012, de <http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hosteler%C3%ADa,short+break.xhtml>
- D'Onofre, D. G.  
2010. "Uma análise da situação do turismo rural nos distritos de Lumiar e São Pedro da Serra em Nova Friburgo (RJ)". *Monografia de conclusão de curso de bacharelado em Turismo*. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
- D'Onofre, D.G.  
2013. "Hospitalidade de famílias rurais na Serra Fluminense: olhares de anfitriões". *Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento Rural*. Faculdade de Ciências Econômicas: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Dias, C. M. de M.  
2002. "O modelo de hospitalidade do Hotel Paris Ritz: um enfoque especial sobre a qualidade". In Dias, C. M. de M. (Org.). *Hospitalidade: reflexões e perspectivas*. Barueri, SP: Editora Manole.
- Empresa de Turismo Receptivo Nova Friburgo.  
2009. Circuitos Nova Friburgo – *Mapa de Circuitos Turísticos de Nova Friburgo* – RJ. Nova Friburgo. Disponível em: <http://circuitosnf.blogspot.com.br/> Acesso em 17 set. 2015.
- Grinover, L.  
2002. "Hospitalidade: um tema a ser reestudado e pesquisado". In Dias, C. M. de M. (org.). *Hospitalidade: reflexões e perspectivas*. Barueri, SP: Editora Manole.

Lashley, C.

2003. "Para um entendimento teórico". In Lashley, C.; Morrison, A. *Em busca da hospitalidade*. Barueri, SP: Editora Manole.

Rio de Janeiro.

2006. *Projetos*. Rio de Janeiro, Secretaria de Estado de Turismo. Disponível em: <<http://www.turisrio.rj.gov.br/projetos.asp>>. Acesso em 28 out. 2011.

Rio de Janeiro.

2012. *Região Serra Verde Imperial*. Rio de Janeiro, Secretaria de Estado de Turismo. Disponível em: <https://riomais20setur.wordpress.com/2012/05/24/regiao-serra-verde-imperial/> Acesso em 17 set. 2015.

Selwyn, T.

2004. "Uma antropologia da hospitalidade". In Lashley, C.; Morrison, A. *Em busca da hospitalidade*. Barueri, SP: Editora Manole.

Texeira, V. L.

1998. "Pluriatividade e agricultura familiar na região serrana do estado do Rio de Janeiro". *Dissertação de Mestrado*. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Telfer, E.

2004. "A filosofia da 'hospitalidade'". In Lashley, C.; Morrison, A. *Em busca da hospitalidade*. Barueri, SP: Editora Manole.

Tucker, H.

2003. "The host-guest relationship and this implications in rural tourism". In Hall, D. e outros. *New directions in rural tourism*. Aldershot: Ashgate. p. 80 – 89.

Wilson S. et al.

2001. "Factors for Success in Rural Tourism Development". *Journal of Travel Research*. vol. 40, p.132-138.

## Notas

- <sup>1</sup> O presente trabalho consiste como um resultado de dissertação intitulada "Hospitalidade de famílias rurais da Serra Fluminense: olhares de anfitriões" sob a orientação de Marcelino Souza, em 2013 junto ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Em sua forma mais acabada, o mesmo foi apresentado junto ao IX Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, o qual ocorreu junto à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, em setembro de 2014, no Grupo de Trabalho 7: Temáticas emergentes em turismo rural sob o título de "Os tempos e espaços da hospitalidade nos circuitos turísticos de Nova Friburgo, Rio de Janeiro, Brasil: o hibridismo do doméstico e do comercial, do rural e do urbano".
- <sup>2</sup> A promoção de serviços alimentares em lugares remotos ou de difícil alcance, assim como a realização dos mesmos em eventos.
- <sup>3</sup> Menção Honrosa na categoria adulto pela III Semana do Patrimônio Fluminense, Petrópolis/RJ, 2013.
- <sup>4</sup> Utilizo a expressão de turista de pequeno intervalo como referência ao turismo de short break, o qual pode ser caracterizado como "viaje vacacional de corta duración, resultado de la fragmentación de las vacaciones laborales anuales en periodos más breves [...]" (Collado, 2010).
- <sup>5</sup> De acordo com o Histórico de Cotações de Dólar Turismo do UOL, a compra de um dólar turismo norte americano durante o período de 01 de junho a 31 de julho de 2012 variara de R\$1,91 a R\$ 2,02 (ver mais em: <http://economia.uol.com.br/cotacoes/cambio/dolar-turismo-estados-unidos/?historico>).

*Recibido:* 23/03/2015

*Reenviado:* 11/11/2015

*Aceptado:* 20/02/2016

*Sometido a evaluación por pares anónimos*



# XIX Congreso AECIT

## "Tiempos de cambio en turismo"

16, 17 y 18 de noviembre 2016

<http://www.magnacongresos.com/inscripcion-on-line-de-aecit-2016/>



AECIT - Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo

Secretaría Técnica  
MAGNA CONGRESOS  
922 65 62 62  
[aecit2016@magnacongresos.es](mailto:aecit2016@magnacongresos.es)  
[czarate@magnacongresos.es](mailto:czarate@magnacongresos.es)



## Rutas Gastronómicas y Desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña

**Zeinab Jeambey**

Universidad de Barcelona (España)

---

**Resumen:** Las rutas gastronómicas estimulan el desarrollo local sostenible de zonas agrícolas, atrayendo hacia ellas un turismo de calidad. Cataluña promociona varias rutas gastronómicas que, sin embargo, carecen de estructura y contenido coherente. En este trabajo, se consultó a expertos en el ámbito de turismo y gastronomía sobre su percepción de lo que debe ser una ruta gastronómica que contribuya al desarrollo local. Según ellos, no existen en Cataluña pautas que rijan su diseño y funcionamiento. Una ruta gastronómica se define como un producto turístico estructurado que contribuye al mantenimiento del paisaje, la difusión de la cultura local, el desarrollo económico y el posicionamiento del territorio. Clave para su éxito es su organización, la coherencia del discurso y las responsabilidades de los agentes involucrados. Se valora el papel del productor. Se recomienda la estandarización de la definición de ruta gastronómica y la elaboración de pautas para su diseño y su estructuración.

**Palabras Clave:** Desarrollo local; Producto alimentario; Productor; Rutas gastronómicas; Turismo gastronómico.

---

### **Gastronomic Routes and Local Development: An Essay of Conceptualization in Catalonia**

**Abstract:** Gastronomic routes stimulate sustainable local development of agricultural areas by attracting quality food tourism. Catalonia promotes several gastronomic routes however, they lack both structure and coherent content. Experts in the field of tourism and gastronomy in Catalonia were interviewed about their perception of gastronomic routes that contribute to local development. According to them, there are no guidelines that dictate the design and function of such routes. A gastronomic route is defined as a structured touristic product that contributes to the maintenance of landscape, the dissemination of local culture, economic development and the positioning of a territory. Key to its success is its organization, the coherence of its discourse and the responsibilities of the agents involved. The role of the food producer is valorized. Recommendations focus on standardizing the definition of gastronomic routes and developing guidelines for their structuring and design.

**Keywords:** Gastronomic routes; Food producer; Food product; Food tourism; Local development.

---

### **1. Introducción**

La valoración de la gastronomía dentro de la experiencia turística no es un fenómeno reciente. Las “gastronomías locales”, consideradas expresiones de la identidad de los pueblos, adquieren relevancia y captan el interés del viajero a partir de los años 60 del siglo XX. El rechazo a la estandarización de la alimentación empuja a los individuos a la búsqueda ferviente de lo auténtico, lo natural, la vuelta a las raíces, a la cocina del terruño (Bessièrre, 2006: 17; Contreras, 2007: 17; Bessièrre et al, 2013: 73). La puesta en valor de la autenticidad de las cocinas del territorio invita a la apropiación de la cultura local mediante el contacto con su gente, el consumo de sus platos y la compra de sus productos, elementos que pasan a formar parte integrante de la experiencia turística (Bessièrre, 2006: 20; Scheffer & Piriou, 2009: 4; Bessièrre et al, 2013: 73), mientras que la asociación de las cocinas y los productos locales con un cierto origen geográfico y cultural, se traduce directa o indirectamente en un beneficio económico

---

\* E-mail: zeinab.jeambey@mail.mcgill.ca

para el territorio. De hecho, las marcas de protección agroalimentaria, en especial las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) y las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP), son garantía, no sólo de calidad, sino del arraigo geográfico y de la fidelidad a las formas tradicionales de cultivo y elaboración, y aportan una ventaja competitiva para la comercialización de los productos alimentarios (Martínez Ruiz & Jiménez Zarco, 2006: 16). En comparación con otros recursos culturales, las gastronomías locales, con sus productos y sus platos típicos, tienen la particularidad de ser un recurso patrimonial dinámico, que se transforma en cada estación del año. Así pues, el turismo gastronómico se convierte en una solución a la masificación turística en temporada alta, ya que permite diversificar la oferta y escalar la demanda a lo largo del año.

Paralelamente, el turismo gastronómico puede estimular el desarrollo económico y sociocultural de las zonas agrícolas, mediante el consumo y la comercialización de productos elaborados localmente, mitigando así el empobrecimiento y el éxodo rural. Mediante las actividades turísticas, se complementa la producción propia del sector agrario y se diversifica la actividad empresarial. Con ello se generan otras fuentes de ingresos, y se crean puestos de trabajo, estableciéndose sinergias positivas entre los actores del territorio, que unen esfuerzos en una misma cadena de valor (Hall, 2005: 161; López Guzmán & Sánchez Cañizares, 2008: 166; Millán Vázquez de la Torre & Morales Fernández, 2010: 4).

Según la Organización Mundial del Turismo, existe una tendencia creciente al posicionamiento de muchos destinos turísticos como destinos gastronómicos (UNWTO, 2012: 5). Nuevos segmentos de turistas, más y mejor informados, se documentan de forma fiable y detallada sobre la gastronomía de la zona de su interés (Bessière et al, 2013: 78). Se muestran dispuestos a desplazarse con el objetivo específico de integrarse en la vida cotidiana de las gentes del lugar, de implicarse en las actividades del viaje, y de experimentar de primera mano todo lo que el destino les ofrece (Vieille & Grard, 2006: 23). Por lo tanto, el reto está en poder ofrecerles productos turísticos atractivos y de calidad, que cumplan las expectativas del turista e incentiven el desplazamiento hacia un lugar en concreto. Ello requiere de una planificación turística que tenga como objetivo el desarrollo local, que fomente la inmersión en el destino y su cultura, lo cual implica apostar por la sostenibilidad económica, cultural y medioambiental del territorio (Ávila Bercial & Barrado Timón, 2005: 30).

### 1.1 Definición de las rutas gastronómicas y rol en el desarrollo local

Promocionadas originalmente en Europa como herramienta para dar a conocer el patrimonio cultural, las rutas son productos turísticos que agrupan una serie de atractivos en un territorio bien definido, bajo una temática precisa, que fomentan la colaboración entre agentes públicos y privados, y entre diversas zonas geográficas, para destacar el carácter particular de aquel territorio mediante una estructura que beneficia económicamente a todos los involucrados (Briedenhann & Wickens, 2004: 72).

Según Elias Pastor (2006), como oferta ordenada y completa, la estructura de la ruta turística ha de destacar claramente:

- el producto estrella que tematiza la ruta y alrededor del cual se desarrollan unas actividades especializadas
- los servicios logísticos necesarios para atender a las necesidades del turista
- y finalmente, las actividades complementarias que diversifican la oferta y ofrecen alternativas que se adaptan a los gustos de diversos visitantes. (Elias Pastor, 2006: 198)

Dentro de este marco, las rutas gastronómicas como producto turístico son apreciadas por parte de las administraciones públicas para poner en práctica estrategias de desarrollo territorial mediante la creación de una imagen gastronómica de un cierto destino, promoviendo la cooperación de todas las entidades involucradas en la ruta, ya sean públicas o privadas (Tresserras et al, 2007: 217).

Según la Organización Mundial del Turismo, la ruta gastronómicas es una de las ofertas más populares dentro del turismo gastronómico y se define como:

“Una oferta de turismo comprehensivo y temático, generalmente con marca, y se define por uno o más itinerarios en un ámbito geográfico delimitado (...) con una serie de productos o sitios, tal como las fabricas y los restaurantes, enunciados en guías turísticas, que se centran en una comida, producto o plato específico, generalmente con calidad diferenciada, o en eventos o actividades gastronómicas. Además, la ruta informa sobre sitios de interés histórico, promocionando así el desarrollo económico de la área” (UNWTO, 2012: 7)

Conocidas más como “rutas alimentarias” en Suramérica, estas rutas son impulsadas por el sector público en el marco del desarrollo sostenible de las áreas agrarias mediante el turismo. Sobre estas rutas, Barrera y Bringas Alvarado (2008) explican que:

“Las rutas alimentarias son itinerarios turísticos basados en alimentos en torno a los cuáles se construyen productos recreativos y culturales que permiten al visitante explorar la cadena de valor del alimento, desde la producción primaria hasta el plato. Cuentan con su propia estructura organizativa y con protocolos de calidad que la norman. (...) Se formalizan integrando a establecimientos agropecuarios, agroindustrias y restaurantes con una visión compartida del desarrollo y con normas de calidad que atiendan tanto al orden sanitario como a la autenticidad de la propuesta. Deben tener como eje central al alimento y aunque no se excluyen las actividades tradicionales, estas no deben ocupar el centro de la escena” (Barrera y Bringas Alvarado 2008: 7).

Existen varias tipologías de rutas alimentarias, siendo las más comunes las siguientes (Tresserras et al, 2007: 217):

- Rutas que destacan un cierto plato
- Rutas que destacan una cocina de carácter étnico
- Rutas que destacan un cierto producto, ya sea alimento primario o elaborado

Las rutas tematizadas por un cierto plato destacan una especialidad típica de una zona o de una cocina, como es la ruta del Xató en Cataluña o la ruta del Cassoulet en Francia. Estas rutas son generalmente dinamizadas por el sector de la restauración que, durante una temporada del año, promociona el plato estrella y difunde las particularidades de las variedades autóctonas que forman el plato. Las rutas de cocinas étnicas invitan a valorizar la cultura de pueblos con fuerte carácter identitario mediante su arte culinario como es el caso de la cocina gitana en Andalucía. Sin embargo, las rutas más famosas y difundidas en el mundo son las estructuradas en torno a un producto estrella donde el factor calidad y las denominaciones de origen juegan un rol primordial en su promoción y su comercialización (Tresserras et al, 2007: 217).

De esta última categoría, se destacan las rutas del vino y del viñedo por haber tenido el mayor renombre internacional y por ser las rutas gastronómicas mejor tematizadas y con una larga historia de desarrollo en Europa. El vino como alimento arraigado en la historia de la alimentación y la cultura europea, agrupa bajo su paraguas elementos de patrimonio natural (los viñedos), de patrimonio arquitectónico (bodegas) y de patrimonio intangible (conocimientos sobre variedades, cultivo, elaboración y tradiciones orales en torno al vino) (Elias Pastor, 2006: 55). Detrás de esta fama, se encuentra un largo corpus de conocimiento tanto académico como profesional sobre el turismo del vino, por su contribución al desarrollo rural territorial sostenible y a la promoción de destinos a veces alejados de grandes marcas turísticas (López Guzmán Guzmán & Sánchez Cañizares, 2008: 161). En España, la Asociación de Ciudades del Vino (ACEVIN), un organismo regulador a nivel nacional formado por representantes de diferentes localidades vitivinícolas, promueve la colaboración entre los socios para mejorar el desarrollo económico y social de sus comunidades mediante el intercambio de conocimientos y experiencias en los ámbitos de producción y comercialización de la oferta vitivinícola. Para ser certificadas por ACEVIN, las rutas del vino deben cumplir estándares de calidad previamente definidos por la asociación (Elias Pastor, 2006: 171; ACEVIN, 2013). Las rutas promocionadas por ACEVIN demuestran, por una parte, una colaboración entre las empresas privadas, tanto las ligadas a la producción y elaboración del vino como las proveedoras de servicios logísticos (alojamiento, transporte, restauración etc.) y por otra parte una cooperación con el sector público del mismo territorio. Esta colaboración y gestión conjunta de la ruta contribuye al desarrollo, la promoción y la comercialización de una experiencia gastronómica integral (Sánchez Bódalo, 2010).

## 1.2 Las rutas gastronómicas y su potencial en el desarrollo local

El desarrollo local de un territorio es la consecuencia de la puesta en valor de los recursos humanos, culturales, naturales, materiales e inmateriales de aquella zona y la planificación, por los actores públicos y privados, de acciones y proyectos que fomentan el crecimiento económico, la justicia social y la preservación del patrimonio cultural del territorio, con la imprescindible participación cívica en decisiones claves que afectan el desarrollo territorial (Díaz, 2011: 149). Las rutas gastronómicas son

valoradas como la segunda mejor opción de oferta gastronómica que pueda desarrollar un destino después de los eventos gastronómicos (UNWTO, 2012: 13).

Tanto en países en vía de desarrollo, como en países industrializados, las rutas gastronómicas han sido creadas como plataformas para dinamizar económicamente zonas agrícolas que históricamente se quedaron al margen de las actividades turísticas, mediante una propuesta de turismo sostenible, apostando por la preservación del medioambiente y de las culturas locales (Buiatti, 2011: 99). En Argentina, las rutas turísticas enfocadas en la gastronomía son producto de estrategias gubernamentales para dinamizar las áreas agrícolas (Barrera & Bringas Alvarado, 2008: 7). Llamadas rutas alimentarias, estas rutas tienen por objetivo dinamizar el territorio rural mediante la valoración del producto agropecuario y la promoción de las cocinas tradicionales como parte del patrimonio cultural de la zona (Schlüter & Thiel Ellul, 2008: 254).

Tomando como ejemplo las rutas del Comté en Francia, el plan de revitalización de las rutas no sólo logró dinamizar el territorio, sino que estableció lazos de colaboración a largo plazo entre los varios agentes de la ruta, siendo productores de leche, elaboradores, promotores turísticos y gestores territoriales, todos unidos en torno a valores de calidad, de autenticidad y de tradición, promocionando conjuntamente un patrimonio simbolizado por el queso Comté. Bouveret (2002) constata que más allá de la valorización del producto estrella, un producto turístico como la ruta gastronómica ha de resaltar las ofertas ya establecidas en el territorio, generar nuevas propuestas y desestacionalizar la demanda (Bouveret, 2002: 100).

Igualmente, en España, la creación de rutas gastronómicas han sido propulsada por estrategias gubernamentales para promover el desarrollo rural integrado basándose en el producto de proximidad y de calidad diferenciada y la promoción de la agricultura orgánica, destacando la cadena de valor del producto desde la producción hasta el consumo y promocionando su venta (Tresserras et al, 2007: 217).

Cataluña es una de las comunidades autónomas más activas a la hora de posicionarse como un potente destino gastronómico de calidad (Vidal-Franquet, M., 2006: 32; Tresserras et al, 2007: 217), gracias a una larga tradición culinaria, a un presente de renombre internacional, forjado por un prestigioso grupo de cocineros, y a una alta concentración de restaurantes con estrellas Michelin. Diversas estrategias públicas han impulsado la recopilación de información sobre la gastronomía del país, identificando la riqueza del patrimonio agroalimentario y culinario del territorio, lo que revierte en un ventajoso recurso para generar ofertas turístico-gastronómicas (Gastroteca, 2013; Club de Producte de Turisme Enogastronòmic, 2013).

Como parte de esta estrategia de posicionamiento, se diseñaron una serie de rutas para dar a conocer la riqueza del patrimonio gastronómico (Tresserras et al, 2007: 217). Además de las del Vino y del Cava, actualmente se promocionan 14 rutas gastronómicas basadas en productos agroalimentarios y en cocinas tradicionales mediante los sitios Web del Club de Producte de Turisme Enogastronòmic y la Gastroteca. Pero a excepción de la *Ruta del Xató* y la *Ruta de la cocina de la miel* (Gastroteca, 2013; Club de Producte de Turisme Enogastronòmic, 2013), dichos itinerarios carecen de organización de la oferta y de un plan de promoción estructurada. Las propuestas son un simple listado tematizado de productos, localizaciones o eventos gastronómicos esparcidos a lo largo del territorio catalán. El ámbito geográfico es extensísimo y no se propone ningún recorrido organizado para orientar a la persona interesada. La información sobre medios de transporte, vías de acceso, alojamiento y oferta complementaria es inexistente. Y aunque se menciona a varios municipios o elaboradores/ productores, no se especifican puntos de información, números de contacto o sitios Web.

## 2. Objetivos del estudio

Teniendo en cuenta la situación actual de las rutas gastronómicas en Cataluña, en nuestro estudio se pretende analizar cómo se define y se valora actualmente entre los expertos el concepto turístico de ruta gastronómica basada en el producto agroalimentario y la cocina local, y qué aspectos se consideran clave para que dichas rutas contribuyan al desarrollo local. Sus resultados ayudarán a poner de relieve los elementos que vertebran el diseño y la gestión de las rutas gastronómicas, e informarán sobre los aspectos a tener en cuenta a la hora de mejorar las rutas ya existentes o de desarrollar nuevas propuestas.

## 3. Metodología y plan de trabajo

El presente trabajo se basa en el análisis de las opiniones de doce informantes clave, expertos en el ámbito del turismo y la gastronomía: seis pertenecen al sector público, cuatro al sector privado y dos al

ámbito académico. Se diseñó un cuestionario estandarizado de 17 preguntas abiertas para conducir las entrevistas audio-grabadas. La tabla I. ofrece la lista de los participantes, de los que, por confidencialidad, no se mencionan los nombres. La tabla II. Incluye las preguntas de la encuesta.

Los entrevistados fueron seleccionados según un muestreo intencionado, para garantizar la inclusión de informantes clave, que proporcionaran datos detallados sobre el tema investigado. La entrevista, conducida mediante preguntas abiertas, ayuda a obtener información valiosa sobre juicios y opiniones en torno al tema investigado, invitando al entrevistado a compartir el conocimiento adquirido a lo largo de su experiencia. Asimismo, esta técnica permite profundizar en el diálogo y aclarar ideas o matices que pudieran crear malentendidos o confusión (Fontana & Frey, 2005: 695; Smith & Osborn, 2008: 53; Pickard, 2013: 269). A continuación, las entrevistas fueron transcritas y analizadas para crear “categorías conceptuales que describen y explican el fenómeno estudiado” (Pickard, 2013: 269).

**Tabla I.**

<b>Informante</b>	<b>Organización</b>	<b>Especialización</b>
1	Diputación de Barcelona	Planificación territorial, turismo y rutas enogastronómicas
2	Turisme de Barcelona	Turismo gastronómico, promoción turística, excursiones gastronómicas
3	Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca, Alimentación y Medio Natural	Certificaciones de calidad diferenciadas
4	Universidad de Barcelona	Turismo gastronómico
5	Empresa privada	Productos de proximidad, excusiones agroalimentarias
6	Diputación de Barcelona	Planificación turística
7	Agencia Catalana de Turisme	Promoción del turismo gastronómico
8	Universitat Oberta de Catalunya	Turismo gastronómico, patrimonio alimentario
9	Institut Català de la Vinya i el Vi (INCAVI)	Turismo enogastronómico, rutas enogastronómicas
10	Negocio propio	Productor/ elaborador. Organiza visitas abiertas al público a sus locales y al entorno del negocio
11	Negocio propio	
12	Negocio propio	

**Tabla II.**

<b>Preguntas de la Encuesta</b>
¿Cómo define usted una ruta gastronómica?
¿Según usted, existen diferencias entre las denominaciones ruta gastronómica, ruta alimentaria, ruta agroalimentaria y ruta culinaria?
¿Conoce usted alguna ruta gastronómica que sea modélica?
¿Según usted, cuales son los criterios para que la considerara usted modélica?
Muchas veces se denomina ruta, un listado de establecimientos o actividades vinculados por un tema específico ¿Según usted, las siguientes estructuras pueden ser denominados “rutas”? Un conjunto de restaurantes que ofrecen un cierto plato durante una cierta temporada (ej. Ruta del Xató) Un conjunto de establecimientos bajo una temática precisa (Ruta del embutido: granja, tienda, productor)

<b>Preguntas de la Encuesta</b>		
¿Existe en Catalunya unas recomendaciones o pautas por parte de la administración sobre la forma mas adecuada de organizar una ruta para que dinamice el territorio?		
Según usted, qué elementos/ aspectos han de formar parte de una ruta gastronómica para que contribuya al desarrollo local de un cierto territorio?		
¿Qué requisitos ha de cumplir una ruta gastronómica para que sea sostenible?		
Para que la ruta contribuya al desarrollo local de un territorio, ha de tener:		
un punto de inicio y un punto de llegada:	si	no
un itinerario señalizado (km, vías de transporte, carteles informativos, etc.)	si	no
una temática	si	no
un guía	si	no
Posibilidad de degustación o compra	si	no
Pernoctación	si	no
¿Desde su punto de vista/ experiencia, qué agentes han de formar parte de tal ruta y cuál seria la función de cada uno de ellos?		
A continuación, ¿cuál cree que debe ser el papel de las administraciones públicas en la ruta?		
¿Cuál cree que debe ser el papel del sector privado en la ruta?		
¿Qué papel ha de tener el productor (agricultor, pescador, ganadero) o el elaborador de productos en una ruta gastronómica?		
¿Cree usted que el productor o los productores han de ser los guías de tal ruta?		
¿Qué ventajas proporcionan las rutas gastronómicas para un cierto territorio?		
¿Según usted existen algunas desventajas de estas rutas para el territorio? (segmentar el territorio, marginalización de ciertas zonas o productores, etc.)		
¿Cuál es la forma adecuada de dar a conocer las rutas, y de hacer llegar al usuario toda la información para poder realizarla/ llevarla a cabo?		

## 4. Análisis y resultados

### 4.1. Opiniones generales sobre las rutas gastronómicas en Cataluña

*“Buena parte de las rutas que existen son (...) listas de establecimientos repartidos por un territorio extensísimo (...). Están absolutamente desestructuradas.” – Informante 8*

A lo largo de la entrevista, los participantes comentaron y evaluaron las rutas gastronómicas existentes en Cataluña. Según los entrevistados, actualmente no existen pautas por parte de la administración pública sobre la forma más adecuada de organizar una ruta para que dinamice el territorio. Todos opinaron que estas rutas carecen tanto de estructura como de contenido de servicios y actividades, para que puedan alcanzar un valor y un peso turístico competitivos.

*“La palabra ruta te ayuda en términos de marketing” – Informante 7*

Los entrevistados indicaron que el término “ruta” se usa a menudo por motivos promocionales y de marketing turístico, sin que necesariamente tenga la estructura y la oferta adecuada.

### 4.2. Definición de una ruta gastronómica en Cataluña

Los expertos concordaron en que la ruta gastronómica es un producto turístico complejo, que ha de incorporar unos elementos de base en su diseño: un conjunto de puntos de interés en un ámbito geográfico limitado, identificados por una temática específica que destaque toda la cadena de valor del producto alimentario, desde la producción hasta la degustación, que proporcionen una oferta complementaria, y que generen un rendimiento económico para los agentes involucrados y el territorio. Como producto

turístico, tiene una dimensión didáctica, por medio de la cual el visitante conoce la historia del producto y su arraigo en el territorio.

*“La denominación no está bien trabajada a nivel de conceptos teóricos” – Informante 1*

De hecho, varios son los términos usados para describir la temática de la ruta en la bibliografía científica. Los más comunes son “gastronómica”, “alimentaria”, “agroalimentaria” y “culinaria” (Bessièrre, 2006: 20; Contreras, 2007: 17; Poulain, 2007: 39; Tresserras et al, 2007: 217; Bessièrre et al, 2013: 74; Barrera & Bringas Alvarado, 2008: 6). Los participantes intentaron analizar las diferencias entre ellos, lo que creó confusión y a veces contradicción en las respuestas.

Aunque la expresión “ruta alimentaria” es ampliamente utilizada en Suramérica (Barrera & Bringas Alvarado, 2008: 6), esta expresión ha sido considerada por la mayoría de los entrevistados como vaga. El término “culinaria” se adapta más al contexto norteamericano, donde es habitual la denominación “culinary tourism”, asociada al turismo gastronómico (Long, 2003: 20). Este término no es usual en Cataluña, y la mayoría de los participantes lo identificaron con el descubrimiento del plato ya preparado, los talleres culinarios y las visitas a restaurantes. En cambio, el término “agroalimentaria” se asocia mayoritariamente con la producción de alimentos, la actividad agraria y la relación entre el producto, el productor y el territorio. En cuanto al calificativo “gastronómica”, aunque algunos aún lo asocian con el consumo y la alta cocina, resulta ser el término que refleja mejor todo el ciclo de vida del producto o del plato en el imaginario colectivo de los expertos entrevistados en Cataluña, desde la producción hasta la degustación.

### 4.3. Ventajas y desventajas de las rutas gastronómicas

*“Un mantenimiento y ordenación del territorio, una sostenibilidad social de permanencia y de puestos de trabajo en el territorio, una oferta cultural y una oferta de producto de calidad” – Informante 9*

Los entrevistados opinaron que la ruta gastronómica es una oferta que proporciona muchas ventajas para el territorio y la comunidad local. En primer lugar, una ruta gastronómica fomenta el mantenimiento del paisaje agrícola y contribuye a fijar una cierta imagen de dicho territorio en el imaginario del visitante. De esta manera, la ruta genera interés por el destino, motivando así el desplazamiento turístico. En consecuencia, genera rendimiento económico en el comercio local, estimula la creación de puestos de trabajo, fija la comunidad en su territorio y contribuye al desarrollo local. Por último, la ruta promociona la identidad y la cultura local tanto in situ como fuera del territorio, porque estimula y fija la percepción del visitante y fomenta su interés por la cultura autóctona.

Los participantes confirmaron que si la ruta está bien pensada y bien organizada, no debe conllevar desventajas para el territorio. Un producto turístico como la ruta gastronómica debe regirse mediante unos estándares que establezcan quiénes pueden sumarse activamente a la ruta, lo que asegura el mantenimiento de un cierto nivel de calidad. Sin embargo, los entrevistados estuvieron de acuerdo en que el mayor riesgo de una ruta gastronómica radica en el hecho de no involucrar a la comunidad local, con la consecuencia negativa de que los agentes del territorio no se sientan representados. Estas percepciones reafirman las conclusiones de estudios anteriores (Bouveret, 2002: 98; Blanco & Riveros, 2005: 14; Barrera, 2006: 45; González Ávila, 2011: 141)

### 4.4. Ruta gastronómica y desarrollo local: estructura y responsabilidades

Los entrevistados destacaron cuatro elementos clave de la infraestructura de una ruta gastronómica: la señalización, la tematización, la existencia de algún tipo de guía y la posibilidad de degustación y compra.

*“La señalización es un elemento de difusión (...) un canal de comunicación muy importante (...) un elemento de sensibilización y de concienciación” – Informante 5*

Varias son las referencias a la importancia de la señalización (Blanco & Riveros, 2005: 12; López Guzmán & Sánchez Cañizares, 2008: 163; González Ávila, 2011: 142; Tresserras et al, 2007: 217). Aunque todavía hay que recorrer un largo camino en el desarrollo de la señalización relativa a las rutas gastronómicas en Cataluña, en el sector enoturístico, y bajo el paraguas del programa de promoción

de la oferta enoturística integrada, ya se están indicando las delimitaciones de las DO vitivinícolas (Generalitat de Catalunya, 2013). Por otra parte, la tematización identifica la ruta en el imaginario del visitante y da cohesión al conjunto de puntos de interés que la conforman (Barrera & Bringas Alvarado, 2008: 6; López Guzmán & Sánchez Cañizares, 2008: 163). Paralelamente, Bonnin describe al guía como un “intérprete del ecosistema”, que juega un papel importante en el diseño y la creación de la experiencia del turista (Bonnin, 2011: 120).

Aunque parece obvio incluir la posibilidad de la degustación y la compra de producto a lo largo de una ruta gastronómica, cabe destacar que este acto no tiene únicamente la finalidad de satisfacer una necesidad física. Mediante el conocimiento y el consumo del producto local del destino, uno se educa, se divierte, se maravilla y siente que ha vivido –por un tiempo– la vida del otro. Esta dimensión contribuye a que la experiencia turística sea impactante y a que perdure más allá del viaje (Barrera, 2006: 54).

De cara al turista, los entrevistados destacan dos aspectos principales para que una ruta sea modélica: su organización y el contenido del discurso que la sustenta.

### **Organización:**

Desde el punto de vista de los participantes, a la hora de diseñar una ruta gastronómica deben tenerse en cuenta los siguientes aspectos:

- Señalización.
- Accesibilidad (de vías y medios de transporte).
- Coordinación de horarios y disponibilidad de los agentes que forman parte de la ruta
- Disponibilidad de operadores que faciliten el recorrido.
- Una amplia campaña de promoción y de comercialización.
- Una oferta complementaria de alojamiento y de restauración.
- Posibilidad de visitas comentadas en varios idiomas para facilitar el recorrido y la comprensión de la ruta.

### **Contenido del discurso:**

Además de una buena infraestructura y una correcta operación de la ruta gastronómica, el discurso que la sostiene es esencial para su éxito y para la creación de una experiencia única. Así pues, el discurso de la ruta gastronómica debe incluir información sobre:

- El producto y su arraigo en el territorio.
- El proceso de elaboración y sus particularidades en base a las tradiciones del territorio.
- El valor gastronómico del producto.
- El paisaje que la contextualiza.
- El patrimonio cultural e histórico del destino.

Según la práctica totalidad de los participantes, un discurso didáctico y coherente sobre el origen de los productos, los platos y las tradiciones de la zona, y un contacto directo con los productores, proporcionan el necesario valor añadido a una ruta gastronómica. Este discurso sumerge al turista en el **día a día de la región** y cimienta en su imaginario el vínculo entre producto, productor y territorio, por lo que la importancia de un discurso bien articulado en una oferta gastronómica ya ha sido valorada en estudios y casos prácticos anteriores (Bouvet, 2002: 101; Bousquet et al, 2002: 19; Bonnin, 2011: 120).

*“El productor ha de estar en contacto con el visitante y que le explique lo que hace, como produce o elabora (...) ha de sorprender al visitante” – Informante 11*

En el presente trabajo se destaca al productor como un actor central y esencial en la dinamización de una ruta gastronómica, entrando en contacto directo con el visitante, explicándole su negocio y proporcionándole así una experiencia de primera mano en el mundo de la producción y de la elaboración del producto. La falta de representación de agricultores, productores y elaboradores fue percibida como una debilidad. Sin embargo, los participantes notaron que en el caso de que el productor haga de guía en su explotación, es deseable que haya adquirido formación y que esté capacitado para poder manejar convenientemente a un grupo de turistas (Millán Vázquez de la Torre & Morales Fernández, 2010: 9).



#### 4.5. Rol de los agentes involucrados

Junto con la estructura y el discurso, la gestión de la ruta es uno de los elementos clave para asegurar su éxito y su contribución a un desarrollo local sostenible. Millán Vázquez de la Torre & Morales Fernández (2010) señalan la importancia de *“una visión intersectorial que sea capaz de integrar transversalmente agricultura, desarrollo y turismo, fomentando la sostenibilidad del medio ambiente sin saturar el medio rural y generando riqueza y empleo con actividad complementaria”* (Millán Vázquez de la Torre & Morales Fernández, 2010: 23)

Todos los profesionales entrevistados afirmaron que la representación y la implicación del sector público, del sector privado, del operador de la ruta y de la comunidad local, son claves para que la ruta gastronómica sea sostenible. En este trabajo, se delinean las principales funciones de los agentes involucrados en el desarrollo, la gestión y la dinamización de una ruta de estas características. Se destaca el papel de la administración pública como incentivadora y facilitadora de tales productos turísticos, liderando la coordinación de los esfuerzos, poniendo a todos los agentes en contacto, y apoyando con sus recursos en la promoción y la difusión de la ruta. El sector privado, por su parte, se perfila como el responsable principal de su financiación y dinamización. A productores, elaboradores, restauradores y otros agentes adheridos a la ruta, les corresponde invertir para adaptarse a la recepción de visitantes y han de conseguir las competencias adecuadas para formar parte del sector turístico.

#### La administración pública

El papel de la administración se desarrolla a través de cinco funciones principales:

- Inventariar el patrimonio gastronómico y trabajar para su puesta en valor.
- Marcar las pautas que rijan el desarrollo de rutas gastronómicas que dinamicen el territorio.
- Ser receptiva a las propuestas del sector privado, y en ausencia de estas, liderar iniciativas.
- Poner en contacto a todos los agentes involucrados y coordinar sus esfuerzos.
- Ayudar en la promoción, la difusión y el desarrollo de la ruta a través de sus canales propios poniendo a disposición de la empresa privada sus recursos y sus conocimientos.

#### El sector privado

Los participantes identifican cinco funciones principales del sector privado en el impulso de la ruta:

- Promoción y comercialización de la misma.
- Colaboración con la administración pública para su coordinación y promoción, mediante la participación en consorcios turísticos, y la elaboración de normas de calidad que presidan el funcionamiento de la ruta y que satisfagan las expectativas del visitante.
- Inversión económica para la adaptación de sus negocios a la implementación de la actividad turística.
- Operación de la ruta.
- Creación de sinergias con los demás agentes que forman parte de la ruta para cooperar y promover la imagen de una oferta coherente en su conjunto.

#### El operador de la ruta

Dentro del sector privado, los entrevistados destacan la figura del operador de la ruta, personificada por profesionales del turismo, para asegurar, entre otras cosas, el flujo de turistas a la zona, ya que los operadores, intermediarios entre la demanda y la oferta, son agentes especializados en captar las motivaciones del turista y canalizarlas hacia el producto que se pretende poner en valor (Budeanu, 2005: 94).

*“Un promotor, un profesional del sector turístico, que hace una intermediación entre la ruta y el cliente (...) sin ello no funcionara la ruta” – Informante 5*

#### La comunidad local

Paralelamente, algunos participantes mencionaron la importancia de implicar desde el inicio a la comunidad local en el diseño de la ruta para asegurar su adhesión al proyecto, ya que es la principal afectada por los efectos que genera el establecimiento de una ruta gastronómica en el territorio. Al mismo tiempo, se convierte en la mayor beneficiaria del mismo, es quien mantiene y difunde el patrimonio local, y por ende constituye el colectivo de acogida de los visitantes. Marginalar a la población local afectará negativamente al impacto previsto para el plan de actuación.

## 5. Conclusiones

Hasta donde sabemos, el presente trabajo constituye el primer intento de recabar la opinión, y de conceptualizar los parámetros que definen las rutas gastronómicas por parte de expertos en el ámbito del turismo y de la gastronomía en Cataluña, donde no existen actualmente pautas que ordenen la estructura, la gestión y el desarrollo de este tipo de oferta turística que cumpla los objetivos de dinamizar el territorio y contribuir al desarrollo local. El término “ruta” se utiliza en la mayor parte de las ocasiones por motivos comerciales, y no pretende necesariamente reflejar una oferta turística coherente y estructurada. El calificativo “gastronómica” que se le otorga, parece abarcar en su significado toda la cadena de valor del producto estrella en torno al cual se estructura la oferta. No obstante, existe todavía la asociación de este término a la alta cocina y la degustación, lo que puede crear confusión a la hora de interpretar el contenido de la ruta. Según los entrevistados, un modelo exitoso de ruta gastronómica está basado en dos elementos clave: la organización de la ruta y el discurso que la sostiene. Este último suscita el interés del visitante y le procura conocimiento y entretenimiento a la vez, contribuyendo así a una experiencia memorable que distinga la ruta y la diferencie de otras propuestas.

Es de suma importancia que las rutas gastronómicas tengan una temática clara, una señalización, algún tipo de guía y la posibilidad de degustación y compra. Igualmente importante es que los actores involucrados tengan claras sus responsabilidades y que trabajen colaborativamente. En el presente trabajo se destaca el papel de la administración pública como incentivadora y facilitadora de las rutas. El sector privado es su principal dinamizador y financiador. Se enfatiza el rol del operador, que capta la demanda y la canaliza hacia la ruta gastronómica. Resulta vital la participación de la comunidad de acogida en el diseño y el desarrollo de la ruta y se destaca el papel central del productor, emblema del vínculo entre el producto y el destino, y actor principal en la calidad de la experiencia del turista. Bien estructuradas y diseñadas, las rutas gastronómicas son importantes para el mantenimiento del paisaje natural, la valoración de la identidad local y el desarrollo económico del destino, siendo estos elementos clave para un desarrollo sostenible y un fuerte posicionamiento en el mercado turístico.

En conclusión, los resultados destacan temas clave a la hora de desarrollar rutas gastronómicas que contribuyan al desarrollo local. Debido a la diversidad de su oferta gastronómica, Cataluña tiene un gran potencial para dinamizar el territorio mediante el turismo gastronómico. Las rutas gastronómicas ofrecen una oportunidad para aprovechar este recurso, estructurándolo y promocionándolo. Por ello, consideramos necesaria la elaboración de pautas para el diseño y la gestión de estas rutas. De igual interés sería la estandarización y divulgación de la definición de ruta gastronómica entre los profesionales involucrados en el ámbito del turismo gastronómico, sean del sector público, privado o académico. Esto ayudaría a mejorar la comunicación sobre este tipo de producto turístico, tanto entre los agentes interesados en este ámbito, como, en última instancia, para el visitante, su principal destinatario.

## Bibliografía

- Ávila Bercial, Reyes; Barrado Timón, Diego  
2005. “Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y su gestión”. In: *Cuadernos de Turismo*, 15 /2005. Editum. Murcia
- Barrera, Ernesto  
2006. “Un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales”. In: [http://www.suplementorural.com/pdf/Turismo\\_rural.pdf](http://www.suplementorural.com/pdf/Turismo_rural.pdf) [27 Abril 2014]
- Barrera, Ernesto; Bringas Alvarado, Olivia  
2008. “Las rutas alimentarias: una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos”. In: <http://por.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/RUTAS%20ALIMENTARIAS.%20ARQUITECTURA%20TURISTICA.pdf> [27 Abril 2014]
- Bessière, Jacinthe  
2006. “Terroir, gastronomie et tourisme: manger ailleurs, manger « local »: la fonction touristique de la gastronomie de terroir”. In: *Espaces, tourisme et loisirs*, 242/ 2006
- Bessière, Jacinthe; Poulain, Jean-Pierre; Tibère, Laurence  
2013. “L’alimentation au cœur du voyage: Le rôle du tourisme dans la valorisation es patrimoines alimentaires locaux”. In: *Espaces, tourisme et loisirs, Actes du colloque AsTRES /2013*. Publications ESPACES. Paris

- Blanco, Marvin; Riveros, Hernando  
 2005. "Las rutas alimentarias, herramienta para valorizar productos de las agroindustrias rurales. El caso de la ruta del queso Turrialba, Costa Rica". In: *Perspectivas Rurales, 17-18 /2005*. Universidad Nacional Costa Rica. Heredia.
- Bonnin, Luc  
 2011. "Raconter un territoire à partir d'une production locale: L'exemple de la tome dans le PNR des Bauges". In: *Espaces, tourisme et loisirs, 109 /2011*. Publications ESPACES. Paris
- Bousquet, Murielle; Perraud, Charles; Duez, Marc  
 2002. "Les sites remarquables du goût. Un concept et un réseau". In: *Espaces, tourisme et loisirs, 76 /2002*. Publications ESPACES. Paris.
- Bouveret, Nicolas  
 2002. "Les Routes du comté. Un programme ambitieux qui fédère l'ensemble du terroir". In: *Espaces, tourisme et loisirs, 76 /2002*. Publications ESPACES. Paris.
- Briedenhann, Jenny; Wickens, Eugenia  
 2004. "Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas – vibrant hope or impossible dream?". In: *Tourism Management, 25 /2004*. Elsevier. Amsterdam
- Budeanu, Adriana  
 2005. "Impacts and responsibilities for sustainable tourism: a tour operator's perspective". In: *Journal of Cleaner Production, 13 /2005*. Elsevier. Amsterdam
- Buiatti, Stefano  
 2011. "Food and tourism: the role of the "Slow Food" association". In: Sidali Katia Laura; Spiller Achim; Schulze Birgit (Eds.). *Food, Agri-Culture and Tourism, linking local gastronomy and rural tourism: Interdisciplinary Perspectives*. Springer. Berlin.
- CLUB DE TURISME ENOGASTRONÒMIC. In: <http://www.act.cat/club-de-turisme-gastronomic/> [27 Abril 2014]
- Contreras, Jesus  
 2007. El patrimonio alimentario en el area mediterránea. In TRESSERRAS, Jordi; Medina, Xavier. (Eds.). *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*. IBERTUR, Colección Turismo Cultural. Barcelona.
- Elias Pastor, Luis Vicente  
 2006. "El turismo del vino: Otra experiencia de Ocio". La Universidad de Deusto. Bilbao.
- Fontana, Andrea; Frey, James  
 2005. "The Interview: From Neutral Stance to Political Involvement". In: Denzin, Norman; Lincoln, Yvonna (Eds.). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks. California.
- GASTROTECA  
 2013. In: <http://www.gastroteca.cat/en/introduction/> [27 Abril 2014]
- GENERALITAT DE CATALUNYA  
 2013. "Els consellers Puig i Pelegrí han presentat avui el nou programa de promoció turística Enoturisme Catalunya". In: [http://premsa.gencat.cat/pres\\_fsvp/AppJava/notapremsavw/detall.do?id=209508&iidioma=0&departament=5&canal=6](http://premsa.gencat.cat/pres_fsvp/AppJava/notapremsavw/detall.do?id=209508&iidioma=0&departament=5&canal=6) [27 Abril 2014]
- González Ávila, María Eugenia  
 2011. "Una propuesta para desarrollar turismo rural en los municipios de Zacatecas, México: las rutas agro-culturales". *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 1, 9 /2011*. Universidad de la Laguna. España.
- Hall, Micheal  
 2005. "Rural wine and food tourism cluster and network development". In HALL, Derek; Kirkpatrick, Irene; MITCHELL, Morag (Eds.), *Rural tourism and sustainable business (aspects of tourism)*. Multilingual Matters Ltd. Clevedon.
- Leal Londoño, Maria del Pilar  
 2011. "Gastronomic tourism as an option for local development: A gaze through the eyes of the stakeholders involved in Catalonia – Spain". In: [http://www.univ-paris1.fr/fileadmin/doctoriales-tourisme/Textes\\_doctoriales/Leal\\_Maria\\_Doctoriales.pdf](http://www.univ-paris1.fr/fileadmin/doctoriales-tourisme/Textes_doctoriales/Leal_Maria_Doctoriales.pdf) [27 Abril 2014]
- Long, Lucy  
 2003. "Culinary Tourism: A Folkloristic Perspective on Eating and Otherness". In: Long, Lucy (Ed.), *Culinary Tourism*. The University Press of Kentucky. Kentucky

- López Guzmán Guzmán, Tomás; Sánchez Cañizares, Sandra  
2008. La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2, 6 /2008. Universidad de la Laguna. España
- Martínez Ruiz, María Pilar; Jiménez Zarco, Ana Isabel  
2006. “La potenciación del origen en las estrategias de marketing de productos agroalimentarios: Objetivos, situación e implicaciones”. *Boletín Económico de ICE*, 2880 /2006. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Madrid.
- Millán Vázquez de la Torre, María Genoveva, Morales Fernández, Emilio (2010). “El oleoturismo como motor de desarrollo rural. La denominación de origen de montoro-adamuz”. In: [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1515-59942010000200014&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1515-59942010000200014&script=sci_arttext) [27 Abril 2014]
- Otero, Silvia. (2007). “Importancia de la cultura gastronómica como atractivo turístico en las empresas de turismo rural. In: Tresseras, Jordi; Medina, Xavier. (Eds.). *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*. IBERTUR, Colección Turismo Cultural. Barcelona
- Pickard, Alison  
2013. *Research Methods in Information*. Facet publishing. London.
- Poulain, Jean-Pierre  
2007. “Los patrimonios gastronómicos y sus valorizaciones turísticas”. In: Tresseras, Jordi; Medina, Xavier. (Eds.). *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*. IBERTUR, Colección Turismo Cultural. Barcelona
- Sánchez Bódalo, J. F.  
2010. *Rutas del vino de España: la apuesta de ACEVIN por el enoturismo de calidad*. Acenología. Recuperado 30 de Agosto, 2013 de: [http://www.acenologia.com/cienciaytecnologia/rutas\\_del\\_vino\\_1cienc1110.htm](http://www.acenologia.com/cienciaytecnologia/rutas_del_vino_1cienc1110.htm)
- Scheffer, Sandrine; Piriou, Jérôme  
2009. *La “gastronomie” dans la promotion d’une destination touristique: de l’image aux lieux de pratiques. Analyse comparée de la Normandie et la Bretagne*. Programme de Recherche “Pour et Sur le Développement Régional dans le Grand Ouest”. In: [https://cens.nantes.inra.fr/psdr/Liprocol/R46\\_Scheffer\\_Priou\\_2009.pdf](https://cens.nantes.inra.fr/psdr/Liprocol/R46_Scheffer_Priou_2009.pdf) [27 Abril 2014]
- Smith, Jonathan; Osborn, Mike  
2008. “Qualitative psychology: A practical guide to research methods”. In: SMITH, Jonathan (Ed.), *Interpretative phenomenological analysis*. SAGE. London.
- Tresseras, Jordi; Medina, Xavier, Matamala, Juan Carlos  
2007. “El patrimonio gastronómico como recurso en las políticas culturales y turísticas en España: el caso de Cataluña”. In: Tresseras, Jordi; Medina, Xavier. (Eds.). *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*. IBERTUR, Colección Turismo Cultural. Barcelona.
- UNWTO 2012. “Global Report on Food Tourism- AM Resports: Volume 4.” [http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/global\\_report\\_on\\_food\\_tourism.pdf](http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/global_report_on_food_tourism.pdf) [27 Abril 2014]
- Vidal-Franquet, Miquel  
2006. “La Catalogne met en scène sa gastronomie”. In: *Espaces, tourisme et loisirs*, 242 /2006. Publications ESPACES. Paris
- Vieille, Karine; Grard, Jean-Michel  
2006. “Le tourisme redécouvre les vertus du terroir et de la bonne chère”. In: *Espaces, tourisme et loisirs*, 242 /2006. Publications ESPACES. Paris

*Recibido:* 23/02/2015  
*Reenviado:* 13/01/2015  
*Aceptado:* 29/01/2016  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*

## El maguey, el pulque y las pulquerías de Toluca, Estado de México, ¿patrimonio gastronómico turístico?

**Edgar Rojas Rivas\* Felipe Carlos Viesca González\*\***

Universidad Autónoma del Estado de México (México)

**Elena Espeitx Bernat\*\*\***

Universidad de Zaragoza (España)

**Baciliza Quintero Salazar\*\*\*\***

Universidad Autónoma del Estado de México (México)

---

**Resumen:** En este artículo se analiza la viabilidad del maguey, pulque y pulquerías del municipio de Toluca como patrimonio gastronómico turístico. Se identificaron las zonas de producción que proveen de pulque a las pulquerías de la ciudad del mismo nombre. Se aplicaron 346 cuestionarios a habitantes, visitantes y turistas, para conocer la percepción que tienen sobre la bebida. Los resultados muestran que existe un abandono del cultivo del maguey pulquero, ya que algunos municipios aledaños son los que proveen del líquido a los vendedores. Actualmente son pocos los negocios que comercializan la bebida en el lugar, pese a lo cual se tiene una buena percepción sobre ella. Finalmente, para que este patrimonio gastronómico tenga viabilidad turística, es necesario realizar diversas acciones para mejorar la imagen y promoción del pulque y las pulquerías, y así difundir y revalorar este patrimonio en beneficio de quienes lo han preservado.

**Palabras Clave:** Maguey; Pulque; Pulquerías; Patrimonio gastronómico; Turismo.

---

### **The maguey, pulque and pulquerias at Toluca, State of Mexico, tourist gastronomic heritage?**

**Abstract:** This article analyzes the viability of the maguey, pulque and pulquerías at the municipality of Toluca as culinary tourist heritage. Production areas that provide pulque to pulquerías at the city of the same name were identified. 346 questionnaires to residents, visitors and tourists were applied, to know their perception about the beverage. The results show that there is an abandonment of the cultivation of this kind of maguey, some surrounding municipalities are providing the liquid to vendors. Currently there are few businesses that sell the drink in the city, despite which there is a good perception about it. Finally, for this culinary heritage has tourist viability, it is necessary to perform various actions to improve the image and promotion of pulque and pulquerias, and thus disseminate and reassess this heritage for the benefit of those who have preserved it.

**Keywords:** Maguey; Pulque; Pulquerías; Gastronomic heritage; Tourism.

---

### **1. Introducción**

Existe un gran interés por la diversificación de la oferta turística en diferentes destinos en el mundo (Benur y Bramwell, 2015); mismo que se ve reflejado en los numerosos estudios que se han realizado sobre las actitudes y percepciones que tienen los habitantes de las poblaciones locales, visitantes y turistas

---

\* edgar.altermann@gmail.com

\*\* carvigo\_9@hotmail.com

\*\*\* eespeitx@unizar.es

\*\*\*\* bacilizaqs@yahoo.com.mx

sobre la puesta en valor de productos con gran tradición (Bessièrre, 2012). Este sería el caso, por ejemplo, del vino en España, cuya puesta en valor se realiza mediante las rutas vitivinícolas en destinos de sol y playa (Vargas, 2008; Elías, 2008). También se ha enfatizado la preservación y aprovechamiento del patrimonio paisajístico de la vid para que pueda incorporarse a las rutas del vino y pueda recuperarse dicho patrimonio, que en algunas zonas se encuentra en abandono (Vicente, 2008). Algunos de estos estudios muestran que una de las principales motivaciones de los turistas que asisten a algunas rutas vinícolas en España es consumir los alimentos tradicionales que se ofertan en esa ruta (López *et al.*, 2014). Se presentan casos de éxito, como el del municipio de Cangas de Narcea, en España, donde se han implementado una serie de estrategias para recuperar las superficies de viñas que estaban decreciendo en los últimos años. Estas estrategias incluyen la puesta en marcha del Museo del Vino en este municipio, visitas a bodegas y fiestas vinculadas al vino (Hatanaka, 2008)

En el caso de México, la diversificación turística se ha dado a través de diversas modalidades de turismo, destacando el turismo cultural. Este se ha definido como aquel desplazamiento que realizan las personas con el fin de conocer, comprender y disfrutar un conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico (SECTUR, 2002). La Organización de las Naciones para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, por sus siglas en inglés) estableció que la gastronomía y las artes culinarias forman parte del patrimonio inmaterial de la humanidad (2003). Dicha categoría es un elemento destacado en las actividades de turismo cultural en México y desde el 2010 la cocina tradicional mexicana forma parte del Patrimonio Intangible de la Humanidad, reconociéndose como un modelo cultural completo que comprende actividades agrarias, prácticas rituales, conocimientos prácticos antiguos, técnicas culinarias, costumbres y modos de comportamiento comunitarios que involucran la cadena alimentaria tradicional (UNESCO, 2010).

En el caso de las bebidas mexicanas, existe una gran cantidad de ellas con carácter patrimonial, como el mezcal, bacanora, sotol, sisal y la raicilla, por mencionar algunos destilados (De León *et al.*, 2008). En cuanto a las fermentadas, se han documentado por lo menos 172 (Villalobos, 2007), entre las cuales se encuentran el colonche, tuba, tesgüino, pozol y pulque. Sin embargo, son muy pocas las que han servido para fomentar la actividad turística en el país; este sería el caso del tequila y su ruta en el estado de Jalisco (Aldana y Fuentes, 2010), y del vino con sus rutas en el Valle de Guadalupe en Baja California (Meraz *et al.*, 2013) y en Querétaro, en los municipios de San Juan del Río, Ezequiel Montes y Tequisquiapan (Alpizar y Maldonado, 2009).

El maguey (*Agave spp*) es una planta endémica de América, de la cual existen aproximadamente 200 especies en el continente, 150 en México. El maguey pulquero es característico del Altiplano Central, y a lo largo del tiempo se le han dado diversos usos, como fuente de obtención de materias primas, para evitar la erosión de los suelos; así como hospederio del gusano blanco (Miranda *et al.*, 2011) y gusano rojo (Almanza, 2007). Sin embargo el principal uso de esta planta ha sido para la producción de pulque (José y García, 2000).

El pulque es producto de la fermentación del aguamiel que se obtiene de la raspa del corazón del maguey pulquero (Castro y Guerrero, 2013; Herrera, 2007), y ha tenido un papel económico, cultural e histórico destacado en la vida de los mexicanos (Corcuera, 1997; Ramírez, 2007). La comercialización de la bebida se ha realizado de diversas maneras, la más común en las pulquerías, que son establecimientos dedicados exclusivamente a la venta y consumo de pulque. También lo comercializan al menudeo los llamados casilleros (Loyola, 1956). Guerrero (1980) ofrece una descripción detallada de cómo eran estos negocios durante el siglo XX en la ciudad de México.

Por otra parte, los ataques que el pulque y las pulquerías han recibido desde épocas pasadas por parte de instituciones de diversa índole y por la misma sociedad mexicana (Ramírez, 2000), han contribuido a su desvalorización, ya que hasta la fecha están desprestigiados y son motivo de menosprecio social, como lo eran desde mediados del siglo pasado (Fabila y Fabila, 1951). Aunado a lo anterior, el abandono del cultivo del maguey pulquero en la zona central de México ha supuesto una importante disminución en la producción de pulque (Fabre, 2004).

Son pocas las acciones que se han llevado a cabo para aprovechar al pulque y las pulquerías como un recurso turístico. Entre ellas, en el estado de Hidalgo (el mayor productor) en el 2012 se consolidó la ruta La Cultura del Maguey, que incorpora a 6 municipios y tiene como objetivo fomentar y difundir los atractivos turísticos de esa zona, junto con el patrimonio gastronómico en torno al maguey (SECTUR, 2012). Con el objetivo de fomentar y divulgar este patrimonio, han surgido diversas ferias en distintos puntos del centro de México, caracterizados por el cultivo del maguey y la producción de pulque, como la Feria del Pulque en Jiquipilco, en Nanacamilpa, y Ozolco o la Feria del Maguey y la Cebada en Apan.

Calderón (2014) propone retomar las rutas del pulque en los estados de Tlaxcala e Hidalgo para fomentar las actividades turísticas y promover dicho patrimonio, además de explorar otras regiones

donde se produce el líquido, para crear otras rutas en torno a la misma. Torres (2013) pone énfasis en las acciones que se deben tomar para promover el pulque como un producto turístico gastronómico, identificando las zonas que sean viables para su aprovechamiento.

Por otra parte, el municipio de Toluca, aunque no se identifica actualmente como centro productor de pulque, si lo fue por lo menos hasta la década de 1970 (Dirección General de Estadística, 1970). También existieron numerosas pulquerías en la ciudad y en los pueblos pertenecientes al municipio (Novo, 1991). En el trabajo de campo realizado en la presente investigación se ha registrado la existencia de 21 establecimientos y una población de aproximadamente 600 agaves en el municipio.

A pesar de este interés por la puesta en valor turística del pulque, no existen hasta el momento estudios centrados en las actitudes y percepciones sobre la bebida y sobre los negocios que las expenden y que puedan sustentar las acciones orientadas a su puesta en valor como patrimonio gastronómico turístico. Algunos autores como Pacheco (2013) o Rudiño (2015) indican que es una bebida de moda que se está consumiendo entre la población joven, sin embargo no abordan la percepción sensorial y cultural de la bebida y tampoco la concepción que se tiene sobre las pulquerías.

Por lo anterior, el objetivo de la investigación que aquí se presenta ha sido analizar la viabilidad del maguey, el pulque y las pulquerías del municipio de Toluca, como patrimonio gastronómico turístico. El artículo se estructura de la siguiente manera: después de esta introducción, en el segundo apartado se expone la metodología empleada, en el tercero se presenta la zona de estudio, en el cuarto se incluye el análisis y discusión de los resultados, en un quinto se incluyen las conclusiones y por último se agregan las fuentes consultadas.

## **2. Materiales y métodos**

La investigación se ha desarrollado en tres etapas. En la primera se ha llevado a cabo la revisión documental. A continuación se ha aplicado una metodología mixta, que ha constado de una primera fase cualitativa seguida de otra fase cuantitativa.

### **2.1 Revisión documental**

La revisión documental se realizó consultando documentos del Archivo Histórico del Municipio de Toluca (Ramo: Comercios), y el III, IV y V Censo Agrícola, Ganadero y Ejidal; se revisaron el VII Censo Agrícola - Ganadero del INEGI y algunos censos de población del INEGI. Se analizaron fuentes bibliográficas de autores como Fabila y Fabila (1951), Loyola (1956) y Ramírez (2000). La finalidad era obtener datos sobre la evolución histórica que han tenido la superficie cultivada de maguey y la producción del pulque en el municipio de Toluca.

### **2.2 Fase cualitativa**

Durante esta etapa mediante recorridos de campo se identificaron las zonas de producción de pulque y se elaboró una guía de observación que se aplicó durante el segundo semestre del año 2013 en el municipio de Toluca. La finalidad de este instrumento fue identificar las pulquerías existentes en el municipio de Toluca y describir el contexto físico, cultural y socioeconómico de estos negocios.

### **2.3 Fase cuantitativa**

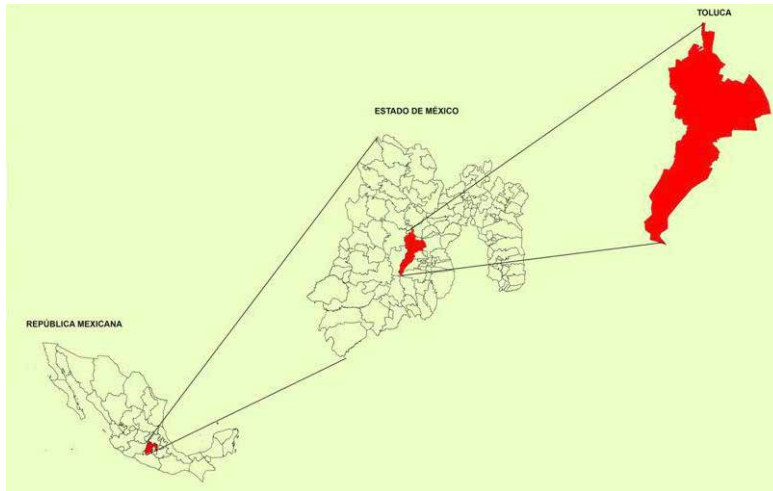
Se diseñó un cuestionario de elaboración propia que se aplicó a habitantes, visitantes y turistas del municipio de Toluca. Éste contenía preguntas referentes a su percepción del pulque y las pulquerías del municipio. Se realizó un muestreo por conveniencia, partiendo de una muestra preliminar de 100 personas, a partir de la cual, con un margen de error de 0.04 y un nivel de confianza del 95%, se determinó el tamaño de muestra definitivo (Levine *et al.*, 2014), dando como resultado un total de 346 personas. El cuestionario fue aplicado a ese número de personas durante el segundo semestre del 2014 en distintos puntos del municipio de Toluca. Los resultados se analizaron con el software estadístico SPSS.

## **3. Zona de estudio**

El municipio de Toluca es uno de los 125 que conforman al Estado de México, actualmente la ciudad con el mismo nombre es la capital del estado. Se encuentra ubicado a una altitud de 2660 msnm, latitud

de 19° 17' Norte y una longitud de 99° 40' Oeste (INEGI, 2014). Está integrado territorialmente por una cabecera municipal (ciudad de Toluca) y 47 delegaciones, tiene una superficie total de 420.4 kilómetros cuadrados; colinda al norte con los municipios de Almoloya de Juárez, Temoaya y Otzolotepec; al oriente con Lerma, San Mateo Atenco y Metepec; al sur con Metepec, Calimaya, Tenango del Valle; y al poniente con Zinacantepec y Almoloya de Juárez (H. Ayuntamiento de Toluca, 2014) (ver Figura 1). El 37.18% del uso de suelo es para zona urbana, 37.01% para agricultura, 14.02% bosque, 9.22% pastizal y 1.1% sin vegetación (INEGI, 2009). Tiene una población de 819,561 habitantes (394,836 hombres y 424,725 mujeres).

**Figura 1: Ubicación geográfica del municipio de Toluca.**



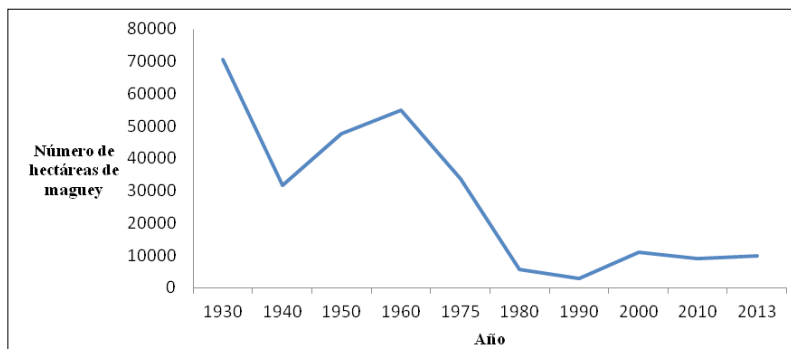
Fuente: modificado de Juan *et al.*, 2012.

## 4. Resultados

### 4.1 El maguey y el pulque en el contexto nacional

El proceso de disminución de la población de agave pulquero a nivel nacional es producto de diversos factores que se tratan de explicar en este apartado. El crecimiento de la industria cervecera en el país y el replazo del pulque por otras bebidas alcohólicas, son algunos de los más destacados. En el gráfico 1 se muestra la evolución de la superficie sembrada de maguey pulquero en el país, de 1930 al 2013.

**Gráfico 1: Superficie sembrada de maguey pulquero en México (ha) (1930 - 2013).**



Fuente: elaboración propia con base en: Loyola, 1956; Llamas y Garro, 1994; Ramírez, 2000; SIAP, 1990, 2000, 2010 y 2013.

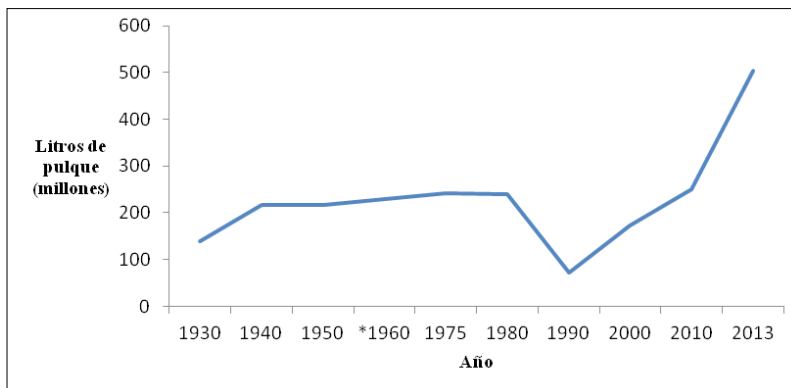


Los datos anteriores muestran la disminución del número de hectáreas de maguey pulquero; primero de 1930 a 1940 y después a partir de 1960, llegando a su punto más bajo en 1990. Es importante mencionar que Ramírez (2000) reportó que para 1908 únicamente en los Llanos de Apan existían 250,000 hectáreas, dato que si se asume como el 100% de la superficie de maguey en México, permitiría inferir que en 22 años (1908-1930) la superficie sembrada de agave pulquero disminuyó en un 72%.

A lo anterior hay que agregar la reconversión de las áreas de cultivo del agave pulquero por la cebada (fuente primaria para la producción de cerveza) en algunas zonas del Altiplano Central durante la segunda mitad del siglo XX (Flores, 2007), lo que impulsó el crecimiento de la industria cervecera del país. Se presentaron dos repuntes en la superficie de siembra, el primero entre 1940 y 1960, y el segundo entre 1990 y 2000; probablemente se deben en buena medida a que los agaves de décadas anteriores alcanzaron la edad suficiente para producir aguamiel, recordando que un maguey tarda entre 8 y 12 años para llegar a esa fase (Loyola, 1956).

Cabe destacar que la elevada producción que reporta el Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP, 2013), parece indicar que los avances tecnológicos han logrado generar un mayor rendimiento en la producción de aguamiel, algo que se ve reflejado en la elaboración de pulque. En el año 2000 una hectárea producía anualmente 52, 220 litros, para al año 2013 el rendimiento ha aumentado casi el doble, reportándose 103,210 litros por hectárea. El gráfico 2 muestra la evolución de la producción nacional de la bebida, de 1930 a 2013.

**Gráfico 2: Producción de pulque en México (millones de litros) (1930-2013).**



**Fuente:** elaboración propia con base en: Loyola, 1956; Llamas y Garro, 1994; SIAP, 1990, 2000, 2010 y 2013. \* Para 1960 se elaboró un estimado con base en la producción de 1950 y 1975.

Con respecto a la producción de pulque, en el gráfico 2 se observa que casi permanece constante entre 1940 y 1980, después presenta una caída abrupta que coincide con la disminución de la población magueyera evidenciada en el gráfico 1. Los datos también indican que posteriormente la producción se ha incrementado. Es necesario analizar más a fondo la información respecto al consumo de la bebida.

Incorporando la variable tamaño de la población en este análisis, se observa que para 1943 se reportó una población de aproximadamente 19 millones de habitantes en México. El consumo per cápita de pulque en ese año fue de 22.4 litros, mientras que el de la cerveza era de 11.8 litros. Sin embargo en 1953 la población era de 26 millones de personas y el consumo de dichas bebidas había sufrido una modificación radical: se consumían 14.4 litros de pulque por persona y 20.4 litros de cerveza. Para los años siguientes años el consumo de cerveza y otras bebidas alcohólicas siguió en aumento, como lo indican Rosovsky *et al.* (1992). En el año 2013 el consumo per cápita de cerveza entre la población mexicana fue de 71.5 litros al año. El crecimiento de la industria cervecera en México ha proseguido y actualmente su producción anual supera los ocho billones de litros (INEGI, 2014) pasando a ser la bebida alcohólica preferida entre los mexicanos (Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente Muñiz (INPRFM), 2011).

Por lo que respecta al pulque, se desconoce su consumo per cápita entre la población mexicana en la actualidad, pero se puede inferir que es muy bajo. Cabe destacar que ha habido cambios en la superficie

de siembra en los estados productores de pulque, ya que hasta 1940 el Estado de México figuraba como el principal productor de pulque (Loyola, 1956), mientras que el Estado de Hidalgo ha sido el primer productor de pulque desde el año 2000, participando con el 86.68% de la producción, seguido del Estado de México, Coahuila y Tlaxcala (SIAP, 2015).

#### 4.2 El maguey y el pulque en el municipio de Toluca

Ahora que se ha puesto en evidencia la disminución de la población magueyera en el contexto nacional, es necesario hacer referencia al municipio de Toluca. En la tabla 1 se muestran datos sobre la superficie cultivada de maguey, población de plantas y producción de pulque. No se cuenta con información de los años 1920 y 1930, pero, como se ha comentado anteriormente, a partir de 1930 hubo una disminución del número de agaves pulqueros en México, situación que probablemente también se dio en Toluca.

**Tabla 1: Producción de pulque y superficie de maguey pulquero en el municipio de Toluca (1902-1990)**

Año	Superficie (ha)	Total de magueyes	Producción de pulque (litros)
1902	36	7256	960,050
1940	8	5670	119,094
1950	26	13,222	259,682
1960	18.2	11,425	885,765
1970 -1990	4.446	2260	S/f

**Fuente:** elaboración propia con base en: documentos del Archivo Histórico del Municipio de Toluca, Comercios, Caja 4, Exp.2, 1902; Dirección General de Estadística, 1950, 1960, 1970; INEGI, 1994.

Entre las posibles causas que pudieron ocasionar esta disminución, están las reformas implantadas por el gobierno en el transcurso de la primera mitad del siglo XX, logrando el fraccionamiento de las tierras en el municipio (Montes de Oca, 2001), sin embargo no fue hasta la segunda mitad del siglo XX cuando se manifestó claramente este efecto. Por otra parte, el crecimiento industrial que ha sufrido no solo el municipio de Toluca, sino también gran parte de la región del Alto Lerma, ha provocado que el uso de suelo para el sector agropecuario y forestal se haya reducido, mientras que se ha producido un gran auge de los usos habitacional e industrial (Orozco y Sánchez, 2004, 2006).

Aunado a lo anterior, el crecimiento poblacional en el municipio se aceleró en la segunda mitad del siglo XX: para 1960 se reportó una población total de 156,033 habitantes, para 1990 era de 487,612, un aumento de más de tres veces en tan solo 30 años; para el 2010 había 819,561 personas, siendo el cuarto municipio más poblado del Estado de México (INEGI, 2014). Sin duda, esta situación ha generado una pérdida de la biodiversidad y cambios en el paisaje y uso de suelo (González *et al.*, 2009), dando como resultado una disminución considerable no solo de la superficie destinada al maguey pulquero, sino de otros productos alimenticios como el maíz, otrora cultivo dominante en el valle de Toluca, como lo han indicado Romero *et al.* (2011).

Actualmente la población de plantas en el municipio es muy baja; se encuentran dispersas en el campo o bien concentradas en lo que queda de las plantaciones. Por ejemplo, se logró identificar una pequeña zona magueyera en el ejido de Santa Cruz Azcapotzaltongo con aproximadamente 400 agaves, algunos de ellos aún siguen siendo explotados por tlachiqueros de la zona, que preservan el conocimiento de la raspa, extracción y fermentación del aguamiel para elaborar el pulque. Se debe destacar que una buena parte del pulque que se comercializa en la ciudad y algunas delegaciones municipales, proviene de otros municipios, ya sea porque los productores se desplazan a los puntos de venta o porque los dueños de las pulquerías formales asisten a algunos de esos sitios para abastecerse de la bebida y poder expendirla en sus establecimientos. En la Tabla 2 se muestra una relación de algunos de los municipios identificados que proveen de pulque a Toluca y las superficies sembradas con la planta que lo produce.

**Tabla 2: Superficie cultivada de maguey pulquero en algunos municipios proveedores a Toluca, en 1994.**

Municipio	Superficie cultivada de maguey (ha)
Almoloya de Juárez	214.577
Atlacomulco	117.838
Ixtlahuaca	6.225
Jiquipilco	112.964
Temoaya	73.417
Zinacantepec	27.878

Fuente: elaboración propia con base en INEGI, 1994.

Los datos para elaborar la tabla 2 fueron tomados del VII Censo Agrícola-Ganadero de 1994, para esa fecha Almoloya de Juárez tenía una gran superficie sembrada del agave, seguido de Atlacomulco y Jiquipilco. Contrastando la información de la última década del siglo pasado con la actual, se tiene que el Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) reportó en el 2013 a Jiquipilco como el único municipio de los anteriormente mencionados que tiene una importante superficie de maguey pulquero (300 ha) con una producción superior (1'200,000 litros) a Otumba (1'025,000 litros), que aparece como el municipio con mayor superficie sembrada (700 ha) (SIAP, 2013). Inclusive Jiquipilco refleja claramente la disminución magueyera y de producción de pulque. Para el año 2003 contaba con 400 hectáreas, cien más respecto al dato del 2013 y una producción de 6'000,000 de litros (SIAP, 2013).

En resumen, se ha documentado la disminución de los agaves en el municipio de Toluca y los que proveen de pulque, ya que a excepción de Jiquipilco, los demás oficialmente no aparecen con superficie de siembra de maguey y se puede inferir que la población ha disminuido, al igual que en Toluca, probablemente debido a factores similares a los antes ya mencionados. Algunas instituciones gubernamentales y educativas como la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) o la Universidad Autónoma Chapingo han creado programas para la reproducción *in vitro* de esta planta con el fin de promover el cultivo y reducir el tiempo de ciclo de este agave considerado en peligro de extinción (Morales, 2013; Ríos, 2014) ya que actualmente la población de esta planta es muy baja en comparación con décadas anteriores.

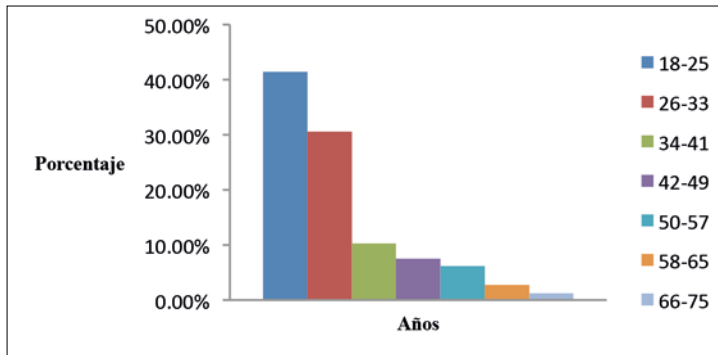
### 4.3 La percepción del pulque y las pulquerías del municipio de Toluca por parte de los habitantes, visitantes y turistas.

En esta sección se muestran los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario para conocer la percepción que tienen sobre el pulque y las pulquerías de Toluca, por una parte los habitantes; y por otra los visitantes y turistas. Los datos de las preguntas abiertas se analizaron con base en las respuestas más comunes que proporcionaron los grupos estudiados y se expresaron en tablas de contingencia y gráficas. Para las preguntas cerradas se hizo un conteo y se expresaron en gráficos con porcentajes.

#### 4.3.1 Características demográficas generales de la muestra estudiada

La muestra estudiada se constituyó por un 34.9% de mujeres y 65.1% de hombres. Las edades de las personas fluctuaron de 18 a 75 años, desglosadas de la manera como se muestran en el gráfico 3. La mayor parte de la muestra (72%) corresponde a personas que tienen entre 18 y 33 años de edad, algo que sin duda coincide con un fenómeno que actualmente se le conoce como la neocultura del pulque, es decir, gran parte de la población joven está interesada en consumir el pulque porque se la considera una bebida de moda (Pacheco, 2013; Rudiño, 2015).

Por otra parte, el 66% de la muestra estudiada fueron habitantes de Toluca y el 34% restante visitantes o turistas. Los resultados sobre la percepción del pulque y las pulquerías del municipio de Toluca se muestran desde las perspectivas que ofrecen los dos grupos estudiados: por un lado la población local y por el otro los visitantes y turistas.

**Gráfico 3: Edades de población local, visitantes y turistas encuestados.**

#### 4.3.2 Consumo y percepción del pulque

Los resultados muestran que tanto la población local como los visitantes y turistas han consumido la bebida alguna vez, como se muestra en la tabla 3. También existen semejanzas sobre la presentación en la que han consumido el pulque, y en ambos casos manifiestan preferencia por el consumo del pulque natural.

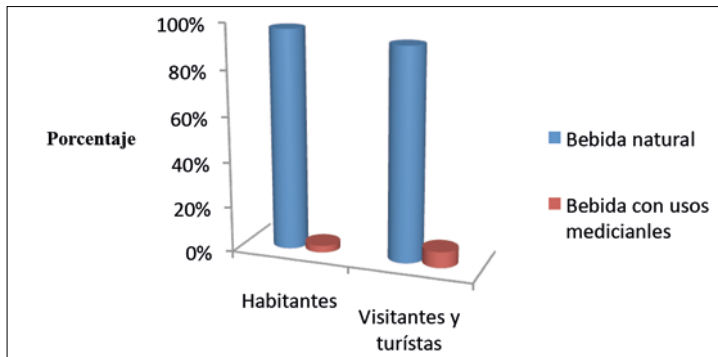
**Tabla 3: Percepción y consumo de pulque de habitantes, visitantes y turistas encuestados.**

Número de pregunta del instrumento	Población local	Visitantes y turistas
1. ¿Ha consumido alguna vez pulque?	Si: 90% No: 10%	Si: 94% No: 6%
2. ¿Qué presentación ha consumido?	Natural: 32% Curado: 16% Ambos: 56%	Natural: 32% Curado: 13% Ambos: 55%
3. ¿Cuál es la percepción que tiene sobre la bebida?	Buena: 72% Regular: 17% Mala: 12%.	Buena: 71% Regular: 23% Mala: 6%.
6. ¿Considera que es una bebida antihigiénica?	Si: 23% No: 77%	Si: 26% No: 74%

De las personas que si han consumido pulque, aproximadamente el 64% de la muestra, son hombres, mientras que el otro 36% son mujeres. Sin duda el género masculino es el que predomina en el consumo de esta y otras bebidas alcohólicas en México y en el municipio de Toluca (INPRFM, 2011; Gobierno del Estado de México, 2008).

Cabe destacar que a pesar de los mitos y ataques a los que ha estado expuesto el pulque, por lo menos el 90% de la muestra estudiada ha consumido esta bebida tradicional, es decir, tanto la población local como la de los visitantes y turistas está familiarizada con ella. Aunado a lo anterior, la buena percepción que se tiene de ella parece indicar gran aceptación hacia la bebida. Gómez *et al.* (2011) mencionan que las poblaciones del norte de México tienen una preferencia hacia el consumo de alimentos tradicionales o típicos de su región, algo que parece confirmarse tanto entre la población local como entre los visitantes y turistas, ya que estos últimos, en su mayoría, residen en municipios circundantes a Toluca.

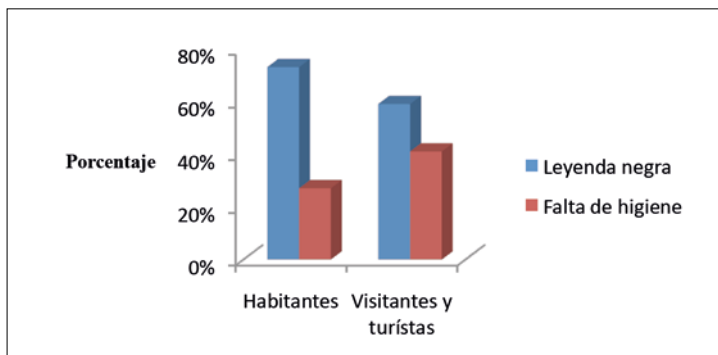
Asimismo, los datos demuestran que en general se tiene una buena percepción sobre la bebida, ya que cuando se les preguntó si consideraban al pulque una bebida antihigiénica, la gran mayoría respondió que no, argumentando que es una bebida natural a la que no se le agregan sustancias químicas. Otra característica que le atribuyeron al pulque es que tiene usos medicinales y ayuda a las mujeres a producir leche durante el periodo de lactancia (ver gráfico 4), argumento que también utilizaron la mayoría de las personas que comercializan pulque en Toluca.

**Gráfico 4: Razones por las que consideran al pulque una bebida higiénica.**

Al respecto de los usos medicinales, Herrera (2007) menciona que el pulque contiene bacterias benéficas que pueden ayudar a curar úlceras duodenales, gastritis y a mejorar la flora intestinal. Cervantes y Pedroza (2007) mencionan que existen 50 microorganismos en el pulque, algunos de ellos pueden tener efectos benéficos en el sistema digestivo de las personas.

Sobre el consumo de pulque en las mujeres embarazadas, se desconoce si ayuda o no a generar más leche en la madre, sin embargo Backstrand *et al.* (2001) mencionan que en algunas poblaciones rurales del centro de México es común esta práctica y que existe evidencia de que el pulque contiene nutrimentos que ayudan al crecimiento de los infantes durante su primer medio año de vida. Chávez *et al.* (1998) refieren que el alto contenido de triptófano en esta bebida puede ayudar al desarrollo cerebral de los niños durante el primer semestre de vida.

Por otra parte, el gráfico 5 muestra las razones de las personas que consideran que el pulque es una bebida antihigiénica. Existe similitud entre las respuestas de ambos grupos: por una parte y con mayor porcentaje, la leyenda negra y después por falta de higiene en el proceso de elaboración de dicha. Al respecto de la leyenda negra creada en torno a la bebida, gran parte de los vendedores mencionan que muchas personas siguen creyendo que para producir la fermentación del pulque se le agregan heces fecales. Fernández y Deraga (2007) indican que dicho mito coincide con el establecimiento de la industria cervecera a México y que fue una campaña generada en su contra con el fin de desprestigiarlo.

**Gráfico 5: Razones por las que consideran al pulque una bebida antihigiénica.**

Valadez (2014) refiere que entre las décadas de 1950 y 1970, el volumen de la comercialización de pulque en la ciudad de México disminuyó considerablemente por las altas cuotas que cobraba la Oficina de Salubridad para transportar e ingresar el líquido a la ciudad. Esto hizo que el comercio ilícito del pulque se incrementara y se comenzara a transportar en camiones y a vender en sitios de segunda y

tercera categoría, estos últimos eran frecuentados principalmente por albañiles, barrenderos, cargadores y obreros. Se cree que el mito surgió a raíz de esta circunstancia, ya que las pulquerías de segunda y tercera categoría tenían una connotación social negativa, principalmente por el tipo de consumidores que asistían ahí.

En contraparte a lo anterior, Gómez *et al.* (2011) indican que durante el proceso de fermentación del pulque se inactivan algunas bacterias patógenas que pueden suponer un riesgo para la salud humana, como *Salmonella Typhimurium*, *Staphylococcus aureus*, *Listeria monocytogenes*, *Shigella flexneri* y *Shigella sonnei*. Esto evidenciaría que la bebida representa un bajo riesgo higiénico-sanitario para los consumidores.

Asimismo, al cuestionarles sobre la característica organoléptica que menos les agrada de la bebida, la tabla 4 muestra que es el olor, tanto para la población local como visitantes y turistas.

**Tabla 4: Características organolépticas del pulque que no les gustan a los habitantes, visitantes y turistas de Toluca.**

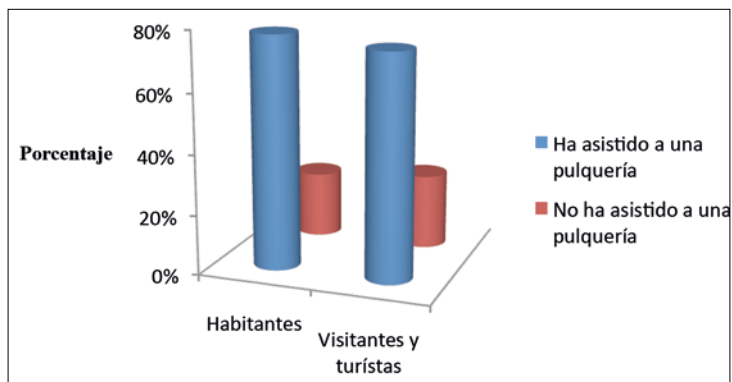
	Olor	Sabor	Textura	Todas las anteriores	Todas gustan
Habitantes	42%	9%	10%	7%	32%
Visitantes y turistas	43%	11%	16%	5%	25%

Sin duda el olor de la bebida es una característica que no es bien valorada por las personas que lo han consumido, y que se ha tratado de corregir desde tiempo atrás (Bulnes, 1909). Sin embargo, según este autor, si se cambiara algunas de las características organolépticas del pulque, dejaría de serlo, es decir, perdería parte de su carácter. Debe destacarse, que, aun así, a gran parte de la muestra le agradan todas las características organolépticas (olor, sabor y textura), manifestando una clara actitud favorable hacia esta bebida.

#### 4.2.2 La percepción de las pulquerías

A continuación se presentan los resultados sobre la percepción que de las pulquerías tienen los encuestados. Se les cuestionó si alguna vez habían asistido a una pulquería, el gráfico 6 ilustra los resultados.

**Gráfico 6: Resultados de la pregunta ¿Ha asistido a una pulquería?**



Se observa que un alto porcentaje de las personas entrevistadas han asistido a estos negocios, a pesar de tratarse de lugares que han sido hostilizados y castigados por la población mexicana por las connotaciones negativas que se le han atribuido. La creencia de que se trata de lugares de embriaguez

donde la gente comete actos que atentan en contra de la sociedad está muy difundida y afecta sus posibilidades de crecimiento (Jiménez, 2000). A este desprestigio de las pulquerías contribuye también el hecho de que se les asocia a la clase social baja, que son frecuentadas por personas que se dedican al campo y la construcción (Valadez, 2014) y donde el lenguaje que se utiliza es el albur, algo que no es socialmente bien visto. Aunque debe también destacarse que dicho lenguaje no es, actualmente, exclusivo de las pulquerías (Beristáin, 2001) y no debe ser un motivo de desprestigio.

Es necesario indicar que gran parte de estos negocios se encuentran en las periferias del municipio, en algunas delegaciones catalogadas con altos índices de delincuencia y criminalidad (Ríos, 2013). Sin duda este es un grave problema que contribuye a la estigmatización de estos negocios en Toluca. Ahora bien, las personas que han asistido a estos espacios, han señalado como principales razones las que se muestran en la tabla 5.

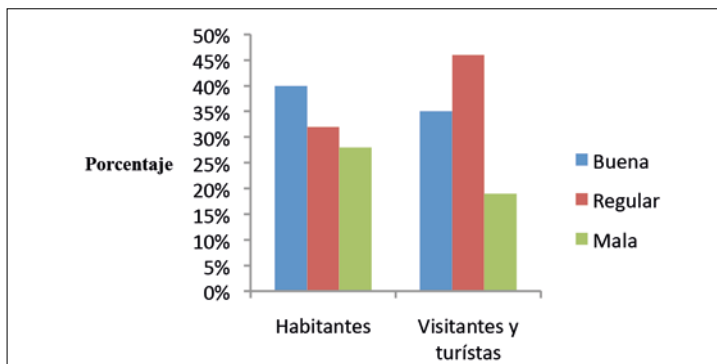
**Tabla 5: Motivos por los que han asistido a una pulquería.**

	Gusto por la bebida	Gusto por el lugar	Curiosidad	Invitación
Habitantes	50%	12%	26%	12%
Visitantes y turistas	48%	17%	27%	7%

Se observa que el principal motivo por el que han frecuentado estos negocios es por el gusto hacia la bebida; confirmando la percepción positiva que se tiene de ella, cómo se ha comentado anteriormente. También se confirma el bajo porcentaje de personas que asiste a estos establecimientos por que les gusten. Esto se relaciona con el ya señalado desprestigio social de las pulquerías. Debe destacarse también que parte de los encuestados respondieron haber acudido a una pulquería por curiosidad, lo que podría explicarse por la llamada neocultura del pulque, es decir, la tendencia actual entre los jóvenes, de frecuentar este tipo de establecimientos (Chiprész, 2010; Rudiño, 2013; Carrillo, 2013).

Por otra parte, se detecta una percepción algo más positiva por parte de la población local que por parte de visitantes y turistas, como refleja el gráfico 7. La mayor parte de visitantes y turistas manifiesta percibir a las pulquerías de manera regular a mala. Algunas de las respuestas proporcionadas por los visitantes y turistas es que asocian a las pulquerías como lugares donde se ha adulterado el pulque, ya sea agregándole agua o la muñeca, como ya se ha mencionado antes. Sin embargo, es necesario destacar que a pesar de que las pulquerías registradas son lugares antiguos o no se encuentran formalmente establecidas, en los recorridos realizados se pudo detectar que los comercializadores realizan la venta de dicha de una manera higiénica y no sufre adulteración alguna.

**Gráfico 7: Percepción sobre las pulquerías por parte de los encuestados.**



#### 4.2.3 El pulque y las pulquerías del municipio de Toluca ¿patrimonio gastronómico turístico?

En esta sección se incluyen los resultados obtenidos a partir de las preguntas referentes a la importancia patrimonial y la opinión sobre el pulque y las pulquerías del municipio de Toluca entendidas

como patrimonio gastronómico turístico. En este caso no era relevante que los encuestados no hubieran probado la bebida o acudido nunca a una pulquería, ya que todos tenían algún conocimiento sobre estos negocios y por ende también una opinión.

La mayoría de las personas entrevistadas como parte de la población local conoce la importancia histórica del pulque y las pulquerías del municipio de Toluca, ya que específicamente se les preguntó si sabían que hasta la década de 1950 en el municipio existía una producción de pulque y había varias pulquerías en la ciudad, obteniéndose una alta tasa de respuestas positivas; los resultados se muestran en la tabla 6.

**Tabla 6: Percepción patrimonial del pulque y las pulquerías del municipio de Toluca.**

Número de pregunta del instrumento	Habitantes	Visitantes y turistas
12. ¿Conoce la importancia histórica del pulque y las pulquerías del municipio de Toluca?	Si: 65% No: 35%	Si: 25% No: 75%
13. ¿Le gustaría asistir a recorridos donde se muestren otros atractivos turísticos de Toluca?	Si: 82% No: 18%	Si: 83% No: 17%
14. ¿Considera que el pulque y las pulquerías puedan ser un atractivo turístico de Toluca?	Si: 72% No: 28%	Si: 76% No: 24%

Existe un gran desconocimiento de la importancia histórica que tiene este patrimonio por parte de los visitantes y turistas. Es particularmente significativo en el caso de los primeros, ya que gran parte de ellos residen en municipios circundantes a Toluca. Sin embargo en ambos grupos se observa una actitud favorable respecto a la activación de este patrimonio, de cara a un aprovechamiento con fines turísticos. Vargas *et al.* (2008) estudiaron la actitud hacia el desarrollo y diversificación del turismo en el municipio de La Palma, en España, tanto de la población local como la de los visitantes y turistas, y concluyeron que era positiva. Dicha diversificación está orientada al desarrollo del turismo enológico, pero señalan la existencia de una serie de limitaciones que lo dificultan. Entre éstas, el hecho de que se trate de un destino catalogado de sol y playa hace que, a pesar de la importancia histórica de la producción de vino en esa zona, no se ha logrado consolidar ese tipo de turismo patrimonial.

Al igual que en el caso del vino en La Palma, en Toluca existe esa actitud positiva por parte de los visitantes y turistas hacia el pulque y las pulquerías. Esto permite pensar en la viabilidad de una diversificación de la oferta turística en dicho municipio mexiquense, centrada en el patrimonio alimentario. Debe tenerse en cuenta que no solo el pulque y las pulquerías tienen esa importancia histórica y patrimonial, sino que existe otra serie de productos y platos de la región que no han sido aprovechados en este sentido. Pero no todo el patrimonio alimentario es susceptible de convertirse en un recurso turístico.

Diversificar la oferta turística gastronómica de Toluca exige realizar acciones que ayuden a promover, valorar y difundir el patrimonio gastronómico abordado en esta investigación. Esto es particularmente necesario ya que existen indicios de que se puede perder, al menos en este municipio, por las siguientes razones: 1) Son pocos los negocios que ofertan el pulque en el municipio, algunos de ellos son lugares antiguos y carecen de la infraestructura necesaria para ofertar la bebida a un mayor número de clientes. 2) Los negocios informales parecen no querer formalizarse y de esta manera no expender de manera legal su producto; pero por otra parte, las autoridades gubernamentales niegan a los pocos interesados, la licencia para poder comercializar la bebida de manera legal. 3) Gran parte de las personas que venden pulque en Toluca, son mayores de edad y no se visualizan en un futuro continuando con la venta de pulque, argumentando que su familia no está interesada en seguir vendiéndolo y conservar esta tradición. Por lo tanto, las deficiencias en las infraestructuras, la situación de ilegalidad de la actividad y la ausencia de expectativas de continuidad de la comercialización son factores limitantes claros.

Pese a la buena percepción que se tiene de la bebida y en general de las pulquerías, y del interés que muestran los dos grupos estudiados por promover este patrimonio gastronómico mediante actividades turísticas, como rutas que involucren otros atractivos del municipio, existen una serie de limitaciones importantes a superar. Estas tienen un carácter complejo y para superarlas es preciso involucrar a los productores, vendedores, consumidores e instituciones gubernamentales. Es necesario mejorar tanto la



promoción de la bebida, como la infraestructura de los negocios, deben dejarse atrás los mitos y leyendas que giran en torno a este patrimonio y, por último ayudar a promocionar y generar una buena imagen de las pulquerías, que, cómo se ha comentado anteriormente, son objeto de un cierto desprestigio. Según las personas encuestadas, se trata de un patrimonio que se debe de preservar y para ellos se deben de realizar algunas acciones como se muestran en la tabla 7.

**Tabla 7: Acciones a realizar para el mejoramiento de las pulquerías del municipio de Toluca.**

	Higiene	Infraestructura	Promoción	Mayor oferta de A y B	Todas las anteriores
Habitantes	36%	20%	22%	2%	22%
Visitantes y turistas	39%	23%	12%	1%	17%

Cómo señala Espeitx (2004) el uso turístico del patrimonio alimentario tiende a modificar su forma original, y a cambiar también sus usos y significados. En el contexto del turismo se puede museificar el patrimonio alimentario, enmarcándolo en unos parámetros rígidos, inamovibles, que impiden su evolución pero al mismo tiempo permiten conservar sus características esenciales. Pero también en el contexto del turismo el patrimonio alimentario puede adaptarse, cambiar para satisfacer las necesidades impuestas por sus nuevos usos. Perdiendo, en muchos casos, sus especificidades realmente definitorias, y sobre todo, los usos y significados tradicionales. En cualquier caso, este patrimonio es activado, puesto en valor y promovido mediante diversas vías y utilizando diferentes estrategias, como son las ferias y mercados, las rutas culturales o los museos.

Por lo que respecta al maguey, pulque y pulquerías, existe interés por seguir promoviéndolos a través de diversas acciones. Por ejemplo, a partir del año 2009 se realiza el Congreso del Maguey y el Pulque, un espacio en el que se presentan trabajos de investigación, exposiciones, grupos y degustaciones de pulque, que ha servido para promover todo lo relacionado a este patrimonio. A pesar de que las ferias son una buena iniciativa para difundir la cultura del maguey y el pulque, es necesario generar más estrategias con ese fin, así se lograría una mayor asistencia a estos eventos y se generaría un mayor conocimiento de este patrimonio.

## 5. Conclusiones

Con el presente estudio se ha expuesto la disminución de la presencia del maguey pulquero en el municipio de Toluca y se han presentado algunos de los factores que la explicarían. De no tomarse algunas acciones que contrarresten las tendencias existentes, la población de agave pulquero en el municipio, y por ende la producción de la bebida, se reducirán aún más, colocándolos en riesgo de desaparecer en el plazo de pocos lustros. Las medidas tomadas por el gobierno del Estado de Hidalgo para la reforestación de más de 800 mil plantas de maguey son un ejemplo clave que debe seguirse no solo en los municipios que proveen de pulque a Toluca, sino que en gran parte del Estado de México donde está presente este agave.

Se ha demostrado que el pulque es un patrimonio gastronómico de Toluca; a pesar de que no sea producido en su totalidad dentro del municipio, existe un consumo entre la población local y la de habitantes y turistas, destacando que son los jóvenes entre 18 a 33 años los que están más interesados en consumirla y en asistir a las pulquerías. Esto demuestra que existe un gran mercado que no se ha aprovechado y que debería ser canalizado hacia las personas que venden la bebida en Toluca. Sólo si se promocionan estos establecimientos, para que incrementen sus ingresos económicos y puedan seguir vendiendo la bebida, se puede evitar que este patrimonio desaparezca.

Cómo se ha señalado, la percepción sobre el pulque y las pulquerías por parte de los dos grupos estudiados es positiva. Sin embargo, es necesario llevar a cabo una serie de acciones para el mejoramiento, promoción y difusión de la bebida y de estos negocios (Torres, 2013). Actualmente la única promoción que se realiza en la población o entre los consumidores, es de boca en boca. Con una estrategia de promoción más decidida se lograría que más gente conozca y frecuente estos establecimientos, y que se

puedan aprovechar con fines turísticos, generando una mayor derrama económica entre las personas involucradas en toda la cadena de valor.

Estrategias como las que han estado desplegando algunos grupos de jóvenes de la ciudad México, como El Colectivo Tinacal, son necesarias para preservar este patrimonio. Es preciso extender la realización de ferias a otros lugares, para promover exclusivamente al maguey, pulque y pulquerías. Para esto se requiere también del apoyo de las instituciones gubernamentales, para que se deje de atacar a la bebida y de sancionar a quiénes la venden.

Se recomienda seguir investigando este patrimonio gastronómico no solo en el municipio de Toluca, sino en los alrededores que proveen de pulque a Toluca y con base en ello conocer de una manera más amplia y profunda este patrimonio e impulsar alternativas como las rutas agroalimentarias o gastronómicas, que puedan contribuir al desarrollo local por la vía del turismo.

## Bibliografía

- Aldana, P. y Fuentes, A.  
2010. La ruta del Tequila. [DVD]. TEVEUNAM. México.
- Almanza, E.  
2007. Establecimiento de larvas de *Comadia redtenbacheri* HAMM. en plantas de maguey de invernadero. Tesis de Maestría. Colegio de Postgraduados.
- Alpizar, V. y Maldonado, M.  
2009. Integración de la ruta del vino en Querétaro, un producto innovador. *Quivera*, 11(2): 97-109. *Archivo Histórico del Municipio de Toluca (AHMT)*
1902. Comercios, Caja 4, Exp.2. AHMT, México.
- Backstrand, J., Allen, L., Martínez, E. y Peltó, G.  
2004. Maternal consumption of pulque, a traditional central Mexican alcoholic beverage: relationships to infant growth and development. *Public Health Nutrition*, 4(4): 883-891.
- Benur, A. y Bramwell, B.  
2015. Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 50, 213-224.
- Beristain, H.  
2001. La densidad figurada del lenguaje alburero. *Revista Retórica y Teoría de la Comunicación*, 1: 53-60.
- Bessière, J.  
2012. Alimentation, patrimonialisation et innovation en espace rural: état des lieux et questionnements. En: Bessière, J. (Coord.). *Innovation et patrimoine alimentaire en espace rural* (pp. 21-49). Francia.
- Bulnes, F.  
1909. El pulque. Estudio científico. *Antigua imprenta de Murguía*. México.
- Calderón, M.  
2014. Las rutas del pulque en México: hacia la legitimación y revalorización del maguey como patrimonio cultural nacional. En: Ramos, Y. (Coord.). *El maguey y el pulque en la región central de México*. Gobierno del estado de Tlaxcala, Fideicomiso del Colegio de Historia de Tlaxcala. México.
- Carrillo, P.  
2013. El pulque está de moda en León. Periódico Milenio. Disponible en: [http://www.milenio.com/firmas/pablo\\_cesar\\_carrillo/pulque-moda-Leon\\_18\\_160963952.html](http://www.milenio.com/firmas/pablo_cesar_carrillo/pulque-moda-Leon_18_160963952.html).
- Castro, A. y Guerrero, J.  
2013. El agave y sus productos. *Temas Selectos de Ingeniería de Alimentos*, 7(2): 53-61.
- Cervantes, M. y Pedroza A.  
2007. El pulque: características microbiológicas y contenido alcohólico mediante espectroscopia Raman. *Nova - Publicación científica en ciencias biomédicas*, 5(8): 135-146.
- Chávez, A., Martínez, H., Guarneros, N., Allen, L y Peltó, G.  
1998. Nutrición y desarrollo psicomotor durante el primer semestre de vida. *Salud pública de México*, 40(2): 11-118.
- Chiprész, U.  
2010. El pulque se puso de moda. Vuelve en jóvenes xalapeños el gusto por el agua que ataranta. *Periodico la Política*. México.

- Corcuera, S.  
1997. El fraile, el indio y el pulque. Evangelización y embriaguez en la Nueva España (1523-1548). *Fondo de Cultura Económica*, México.
- De León, A., González, L., Barba, A., Escalante, P. y López, M.  
2006. Characterization of Volatile Compounds from Ethnic Agave Alcoholic Beverages by Gas Chromatography-Mass Spectrometry. y. *Food Technol. Biotechnol.*, 46: 448–455.
- Díaz, R.  
2008. Potencialidad e integración del “turismo del vino” en un destino de sol y playa: el caso de Tenerife. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio cultural*, 6(2): 199-212.
- Dirección General de Estadística.  
1950. III Censo Agrícola, Ganadero y Ejidal. México.  
Dirección General de Estadística.  
1960. IV Censo Agrícola, Ganadero y Ejidal. México.  
Dirección General de Estadística.  
1970. V Censo Agrícola, Ganadero y Ejidal. México.
- Espeitx, E.  
2004. Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 2(2): 193-213.
- Elías, L.  
2008. Paisaje del viñedo: patrimonio y recurso. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 6(2): 137-158.
- Fabila, A. y G.  
1951. México. Ensayo socioeconómico del Estado. Vol. I. Talleres Gráficos de la Nación, México.
- Fabre, D.  
2004. Ecología, sociedad y territorio. Una tríada compleja en Hidalgo (1970-1998). En: Fabre, D., Molina A. y Rodríguez, C. (Coord.). *Investigación y desarrollo regional en ciencias sociales y humanidades*. Hidalgo, Puebla y Tlaxcala.
- Fernández, R. y Deraga, D.  
2007. The Use of Waste Products in the Fermentation of Alcoholic Beverages. En: MacClancy, J., Henry, J. y Macbeth, H. [Coord.]. *Consuming the Inedible: Neglected Dimensions of Food Choice* (pp.215-222). Estados Unidos de América: Berghahn Books.
- Gómez, C., Díaz, C., Villaruel, A., Torres, M., Añorve, J., Rangel, E., Cerna J., Viguera, J. y Castro, J.  
2011. Behavior of Salmonella Typhimurium, Staphylococcus aureus, Listeria monocytogenes, and Shigella flexneri and Shigella sonnei during Production of Pulque, a Traditional Mexican Beverage. *Journal of Food Protection*, 74(4): 580–587.
- Gómez, M., Sandoval, S., Domínguez, S.  
2011. Actitud hacia el consumo de comidas étnicas/internacionales y tradicionales en el Norte de México. *Agroalimentaria*, 17(32): 87-97.
- González, A., Ávila-Pérez, P., Tejeda-Vega, S., Zarazúa-Ortega, G., Longoria-Gándara, L.  
2009. Estudio del Curso Alto del Río Lerma desde una Perspectiva Sustentable. *Monitoreo e indicadores para cuencas y microcuencas*. Querétaro
- Guerrero, R.  
1980. El pulque: religión, cultura y folklore. México: *Secretaría de Educación Pública*.
- Hatanaka, M.  
2008. Vino y turismo del municipio de Cangas del Narcea. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio cultural*, 6(2): 301-315.
- H. Ayuntamiento de Toluca.  
2014. Bando Municipal de Toluca. Gobierno del Estado de México.
- Herrera, T.  
2007. Los hongos en la cultura mexicana: bebidas y alimentos tradicionales fermentados, hongos alucinógenos. *Etnobiología*, 5: 108-116.
- INEGI.  
1994. VII Censo Agrícola-Ganadero: resultados definitivos. México.  
INEGI  
2009. Prontuario de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos. Toluca, México, Clave geoestadística 15106. INEGI.

INEGI.

2014. Censo de Población y Vivienda 2010. México. Disponible en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?src=487&e=15>.

INEGI.

2014. Estadísticas históricas de México 2014. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INPRFM.

2011 Reporte de Alcohol. Disponible en: [www.inprf.gob.mx](http://www.inprf.gob.mx), [www.conadic.gob.mx](http://www.conadic.gob.mx), [www.cenadic.salud.gob.mx](http://www.cenadic.salud.gob.mx), [www.insp.mx](http://www.insp.mx).

Jiménez, A.

2000. Lugares de gozo, retozo, ahogo y desahogo en la Ciudad de México. *Cantinas, pulquerías, hoteles de rato, sitios de prostitución y cárceles*. Océano, México.

José, R. y García, E.

2000. Remoción cuticular ("Mixiote") y Desarrollo Foliar en los Agaves Pulqueros (Agave Salmiana y A. Mapisaga). *Boletín de la Sociedad Botánica de México*, 66: 73-79.

Levine, David, Krehbiel, Timothy y Berenson, Mark.

2014. *Estadística para administración*. Ed. Pearson Prentice.

Llamas, I. y Garro, N.

1994. Producción y consumo de bebidas alcohólicas en México. *Economía, Teoría y Práctica*, 1: 89-109.

Loyola, E.

1956. *La Industria del Pulque*. México: Banco de México, Departamento de Investigaciones Industriales. López, T., Vieira, A. y Rodríguez, J.

2014. Profile and motivations of European tourists on the Sherry wine route of Spain. *Tourism Management Perspectives*, 11, 63-68.

Meraz, L., Valderrama, J. y Maldonado.

2013. La ruta del vino del Valle de Guadalupe: una estrategia competitiva diferenciada para el desarrollo local. Universidad Autónoma de Baja California. México.

Miranda, G., Quintero, B., Ramos, B. y Olguín, H.

2011. La recolección de insectos con fines alimenticios en la zona turística de Otumba y Teotihuacán, Estado de México. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio cultural*, 9(1): 81-100.

Montes de Oca, E.

2001. El reparto de las tierras en el municipio de Toluca. *Documentos de Investigación*, 59: 1-35.

Morales, P.

2014. La UNAM lista para producir in vitro el maguey pulquero. Disponible en: <http://e-tlaxcala.mx/nota/2014-02-01/municipios/la-unam-lista-para-reproducir-vitro-el-maguey-pulquero>

Novo, G.

1991. "La reina Xochitl", "La marcha de Cádiz". *Folklore en nuestras pulquerías*. 8 Columnas. México.

Orozco, E. y Sánchez, M.

2004. Organización socioeconómica y territorial en la región del Alto Lerma, Estado de México. *Investigaciones Geográficas*, 53: 163-184.

Orozco, E. y Sánchez, M.

2006. Transformación social y territorial del sistema agrario ejidal en la región del Alto Lerma. *Economía, Sociedad y Territorio*, 6(22): 497-533.

Pacheco, J.

2010. Neocultura del pulque. *Periódico Reforma*. México.

Ramírez, M.

2000. El Rey del Pulque. *Ignacio Torres Adalid y la Industria Pulquera*. México: UNAM.

Ramírez, R.

2007. La representación popular del maguey y el pulque en las artes. *Cuicuilco*, 14(39): 115-149.

Ríos, A.

2013. El Seminario y Nueva Oxtotitlán, colonias más inseguras de Toluca. *El Sol de Toluca*. México.

Ríos, A.

2014. Antecedentes históricos del agave. En: Comisión de Autosuficiencia Alimentaria Senador Isidro Pedraza Chávez. *Mesa de Trabajo: Actividades y aprovechamientos alternativos del medio rural, la vida silvestre, pesca y acuicultura*: 13-18.

Romero, A., Viesca, F. y Hernández, M.

2011. Formación del patrimonio gastronómico del valle de Toluca, México. *Revista Ciencia ergo sum*, 17(3): 239-252.

- Rosovsky, H., Narváez, A., Borges, G. y González, L.  
1992. Evolución del consumo per cápita de alcohol en México. *Salud Mental*, 15(1): 35-41.
- Rudiño, L.  
2015. Neopulquerías: pulque y algo más. *La Jornada del Campo*. México. SECTUR.
2002. Estudio estratégico de viabilidad para el segmento de Turismo Cultural en México. SECTUR, CESTUR, México. SECTUR
2012. Hidalgo en la ruta, “cultura del maguey”. Secretaría de Turismo, Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados. Disponible en: <http://rutasgastronomicas.sectur.gob.mx/descargas/rutas/folletos/HGO.pdf>. Consultado: 09 de mayo de 2015.
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, (SIAP).  
1990, 2000, 2010, 2013, 2015. Cierre de la producción por cultivo: maguey pulquero. Disponible en: <http://www.siap.gob.mx/cierre-de-la-produccion-agricola-por-cultivo>.
- Torres, M.  
2013. El pulque: Un producto turístico gastronómico sustentable. *Hospitalidad – ESDAI*, 24: 55-74. UNESCO
2003. ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? Disponible en: <http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/01851-ES.pdf> UNESCO.
2010. La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva. El paradigma de Michoacán. Disponible en: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00011&RL=00400>. Consultado. 25 de abril de 2015.
- Valadez, M.  
2014. “Pulque limpio”/ “Pulque sucio”: disputas en torno a la legitimidad y la producción social del valor. *Revista Colombiana de Antropología*, 50(2): 41-63.
- Vargas, A., Porras, N., Plaza, M. y Raquel, F.  
2008. Turismo enológico, comportamiento del turista y percepción de la población residente. *Papers de Turisme*, 43-44(6): 97-111.
- Villalobos, L.  
2007. Las bebidas indígenas fermentadas y los patrones de consumo de alcohol de los grupos étnicos. *El Cotidiano*, 22(16): 2-11.

*Recibido:* 29/06/2015  
*Reenviado:* 18/12/2015  
*Aceptado:* 20/02/2016  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*



**Margarita Barretto (coord.)**

**Turismo, reflexividad y  
procesos de hibridación  
cultural en América del  
Sur austral**

**Colección PASOS edita, nº 4**

[www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org)

## Enoturismo: possibilidades e desafios para o desenvolvimento regional do turismo na região vinícola do Vale do São Francisco - Nordeste brasileiro

**Paula Wabner Binfare\*** **Patrícia Lins de Arroxelas Galvão\*\***  
**Cleber Augusto Trindade Castro\*\*\***

Universidade Federal do Rio Grande do Norte (Brasil)

---

**Resumo:** O enoturismo é uma modalidade em crescimento no Brasil, já fortalecido na região sul, no entanto ainda em estruturação no nordeste. O Vale do São Francisco, situado no semiárido nordestino, foi impulsionado por projetos e investimentos em pesquisa e tecnologia, atraindo vinícolas nacionais e internacionais que vivenciam crescimento pouco comum em cidades do sertão nordestino, marcadas pela seca e baixo índice de desenvolvimento humano. Ao apostar na produção de vinho, governo e empresários se estruturam para enoturismo. Este estudo analisa a atuação dos diversos atores sociais envolvidos com enoturismo. Para a concretização desta proposta, recorreu-se ao levantamento bibliográfico, pesquisa qualitativa por meio da análise de conteúdo e visitas aos municípios e vinícolas, com o intuito de interpelar os principais envolvidos na atividade. Portanto, o enoturismo é percebido como estratégia para desenvolver as destinações e também oportunidade de marketing para fortalecer a imagem do vinho. Ressalta-se que pode integrar microrregiões, onde é possível aproveitar produto-base, gastronomia aliados ao vinho, promovendo atração conjugada. Deve ser compreendido como elemento de articulação e integração entre o meio rural e o conjunto da sociedade. Os resultados dessa análise irão trazer algumas considerações teóricas e implicações práticas para a vitivinicultura e o turismo.

**Palavras-chave:** Enoturismo; Vinho; Agentes sociais; Desenvolvimento; Vale do São Francisco.

---

### **Wine tourism: opportunities and challenges for regional tourism development in the wine region of the São Francisco Valley - Northeast Brazil**

**Abstract:** Wine tourism is growing in Brazil, already strengthened in the South, but also in structuring in the northeast. The São Francisco Valley, located in the semi-arid northeast, was improved by projects and investments in research and technology. It's attracting national and international wineries experiencing unusual growth in cities in the northeast, which was marked by drought and low human development index. By focusing on wine production, government and business are structured to the wine tourism. This study analyzes the performance of social actors involved in the wine tourism. To achieve this, it used the science literature, qualitative research through content analysis and visits to wineries, in order to ask the principals agents involved in the activity. Therefore, the wine tourism is perceived as a strategy to develop the destinations and also marketing opportunity to strengthen the image of the brand wine. Then, that can integrate micro-regions where you can take advantage of gastronomy combined with wine, promoting combined attraction. It must be understood as an element of coordination and integration between the rural and the society. The results of this analysis will demonstrate some theoretical considerations and practical implications for the wine industry and tourism.

**Keywords:** Wine tourism; Wine; Social agents; Development; São Francisco Valley.

---

\* Professora do eixo Hospitalidade, Lazer e Turismo do Instituto Federal do Rio Grande do Norte, Doutoranda em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte; E-mail: paulabinfare@gmail.com

\*\* Professora do eixo Hospitalidade, Lazer e Turismo do Instituto Federal de Alagoas, Doutoranda em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte; E-mail: parroxelas@yahoo.com

\*\*\* Doutorando em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte; E-mail: cleber.castro@hotmail.com

## 1. Introdução

Nas últimas décadas, o turismo tem se apresentado com bastante relevância e se destacado entre a academia, poder público, empresários e comunidade devido a uma demanda crescente por atividades alternativas àquelas conhecidas como “sol e mar”. Apoiado pela imagem de paisagem natural, vida tranquila, retorno às origens, busca pela saúde e equilíbrio e, ainda, farta gastronomia, o turismo praticado em área rural tem demonstrado crescimento por estar impulsionado pelas novas políticas, tanto voltadas para o desenvolvimento rural quanto às políticas públicas propriamente de turismo. A partir desse enfoque, o turismo vem representando novas fontes de receita, emprego, fixação do homem rural em seu território, manutenção das atividades rurais e agroindustriais, valorização da cultura e identidade rurais e oferta de novas estruturas e serviços.

As primeiras experiências em turismo no meio rural no Brasil se iniciaram na década de 80, em Lages, no estado de Santa Catarina - região Sul, e ainda são poucos os estudos mais aprofundados sobre a atividade no rural brasileiro. A maioria das pesquisas identificadas tiveram como foco os empreendedores que ofertam algum tipo de infraestrutura turística, os impactos positivos da atividade junto à comunidade ou se detiveram apenas a identificar e classificar as modalidades de segmentação do mercado, ou seja, realizando a indicação de quais atividades podem ser ofertadas e/praticadas no meio rural. Pouco se aborda como a atividade definitivamente pode dinamizar os espaços, gerando estruturas específicas, urbanizando a área rural e promovendo transformações socioespaciais bem intensas.

Com efeito, em meados da década de 80, houve grande crescimento, na Europa, do turismo praticado em áreas rurais. Nas regiões sul e sudeste do Brasil, pode-se observar tal crescimento com maior expressão nos anos 90. Já se referindo ao nordeste brasileiro, objeto deste estudo, um crescimento mais notável se deu a partir dos anos 2000, principalmente em virtude das novas exigências do mercado turístico, que tem buscado diferentes modalidades para a prática da atividade. E dessa forma, os empresários passaram a investir em localidades para além dos grandes centros e da faixa litorânea. Também atribui-se tal crescimento às ações governamentais, que identificam a prática do turismo e do lazer como atividades importantes para contribuir com o desenvolvimento e das localidades e fomento ao turismo.

Na área objeto desta pesquisa, a região vinícola do Vale do São Francisco, localizado no semi árido nordestino, o que preexistiu por décadas, predominantemente, foi uma apropriação do espaço pela agricultura de subsistência. Atualmente, vem se consolidando como uma das regiões mais promissoras do País, detém 15% do mercado nacional de vinhos finos e se destaca como modelo de desenvolvimento para o Nordeste (VINHOVASF, 2011). Devido a investimentos em tecnologias para irrigação periódica, a vitivinicultura no Vale é desenvolvida sob características climáticas que a distingue das demais localidades tradicionalmente vitícolas. Através da irrigação, é possível programar colheitas para todas as semanas do ano e obter vinificações periódicas conforme a produção e a tancagem disponíveis.

Com característica climática peculiar, a produção agrícola necessita de irrigação devido ao baixo índice pluviométrico. São, em média, 300 dias de sol por ano, o que proporciona altos índices de açúcar na uva. A partir dessa irrigação, torna-se possível programar colheitas para todas as semanas e obter até duas safras e meia ao ano. Assim, o Pólo Vitivinícola vem se consolidando como um dos mais promissores produtores do País e destaca-se como modelo de desenvolvimento para o Nordeste. A região abrange os municípios de Casa Nova e Juazeiro – na Bahia; Petrolina, Lagoa Grande e Santa Maria da Boa Vista – em Pernambuco.

Assim sendo, tem-se como objetivo desta investigação analisar as novas configurações espaciais da região vinícola no Vale do São Francisco, observando as novas práticas relativas à atividade turística, com a implantação de infraestruturas turísticas, identificando os atores sociais envolvidos na atividade e enfatizando a atuação e o fomento ao turismo nestas localidades. Para isso realizou-se a articulação do termo desenvolvimento entendido como expansão das capacidades e liberdades dos indivíduos em situações adversas. Buscou-se trabalhar o desenvolvimento e a vinculação com o turismo, buscando mostrar de que forma é possível esse fenômeno social, enquanto atividade econômica, contribuir para a transformação social.

Para a efetiva contribuição desta pesquisa, foi trabalhada uma abordagem qualitativa. A pesquisa foi realizada por meio de levantamento e análise bibliográfica que forneceram subsídios teóricos e reflexões sobre o binômio desenvolvimento e turismo, além de realização de trabalho de campo, desenvolvido pela técnica da observação participante, junto aos empresários vinculados ao turismo e ao agronegócio, pequenos produtores rurais, governos das três esferas (municipal, estadual e federal), comunidade local e instituições ligadas à viticultura e turismo. Como também, observação da prática da atividade turística nas vinícolas.



Nesse sentido, o turismo vem se consolidando como um dos fenômenos de grande relevância econômica, pois gera transformações ambientais e socioculturais. Desse modo, o enoturismo desenvolve uma região através da integração produtiva da uva e do vinho, das famílias envolvidas nessas atividades e dos visitantes. Na realidade, o semiárido nordestino, por muito tempo, teve sua imagem comprometida como uma região problema. Atualmente, após políticas de modernização, industrialização e alternativas pautadas nas potencialidades naturais, o agronegócio surgiu como promissor e o Nordeste passa a ser visto como possuidor de uma territorialidade associada a atividades mais modernas.

A dinâmica do Turismo se expressa nos espaços sociais e nos territórios, estimulando pesquisadores e estudiosos de diversos campos do saber a compreender o deslocamento de grupos humanos entre diferentes lugares e culturas e como estes provocam a (re)construção de espaços, induzindo a mudanças no seu uso. Portanto, estudar o Turismo exige analisar o espaço e seu entorno, que abrange toda a sociedade e suas interações. Faz-se importante compreender toda a dinâmica da atividade turística, na qual, mercados, pessoas, lugares, cultura, política se interagem como fatores de desenvolvimento regional.

## 2. Enoturismo, propulsor do meio rural

O vinho é uma bebida bem antiga e, ao longo da história, esteve associado a ritos e passagens religiosas, como também a festividades profanas. Além disso, possui grande importância econômica. Para Roese (2008: 71-72), a simbologia vinculada ao vinho foi apropriada de maneira intensa pelo mercado de bebidas e atribuiu a sua imagem certa tradição: os enólogos e proprietários de vinícolas “associam a produção do vinho a um processo quase mágico” e assim, essa tradição resulta em produto singular. Essa particularidade gerou peculiaridades no crescimento econômico mundial de comércio de vinhos e o transformou em produto global. Na última década, o mercado internacional foi bem significativo, inclusive a nível de Brasil. E é nesse sentido que o vinho se transforma, também, em produto de interesse e visitação turística, modificando a dinâmica espacial e social das localidades envolvidas com a atividade.

O turismo é entendido como importante fator de mobilidade e tem provocado transformações socioespaciais significativas. Também tem se vinculado como uma experiência que permite ao turista conhecer e vivenciar novas atividades e situações. Assim, para Vaz (2008: 19), o turismo “corresponde a uma experiência de mobilidade temporária”, cujas atividades encontram-se em constante crescimento. Nessa perspectiva, também pode-se englobar as práticas do enoturismo, que ainda segundo Vaz (2009: 21), é “fruto das novas lógicas de identidade cultural e de possibilidade de mobilidade humana”. Revelando-se, dessa forma, como elemento fundamental para a percepção e compreensão sobre a complexidade da sociedade. É, então, uma das novas formas de turismo emergentes na contemporaneidade.

O Enoturismo é uma atividade caracterizada pelo deslocamento de pessoas a localidades que possuem tradição na produção de uvas e fabricação de vinhos, também visitas às regiões emergentes da atualidade. Durante as visitas, outros produtos e serviços são oferecidos pela população, gerando mais oportunidade para a formatação do sistema turístico local. Conforme as autoras Locks e Tonini (2005: 159), a atividade está fundamentada em viagens que são motivadas por pessoas que apreciam o aroma, o sabor e a degustação de vinhos, bem como a apreciação das tradições e tipicidades culturais das localidades produtoras. Também pode-se incluir a participação em eventos com a temática.

Trata-se, em linhas gerais, de um conjunto de atividades associadas à visita a propriedades vinícolas, museus e outras empresas e estabelecimentos ligados ao setor, além de participação em eventos, tendo como principal objetivo o conhecimento e a degustação do vinho das propriedades visitadas. Nesse sentido, Charters e Ali-Knight (2002) corroboram com a definição e afirmam que a atividade engloba várias características, inclusive vinculadas à experiência de vida, à oferta e à demanda, como também atividades educacionais, ligadas à cultura, ao vinho e à alimentação. Os autores ressaltam ainda que a imagem desses destinos podem se incorporar a oportunidades de marketing e comercialização dos produtos viníferos, oferecendo valor econômico, social e cultural da região.

Assim, percebe-se que o enoturismo possui diversas definições, a partir da visão de diferentes pesquisadores e de acordo com as abordagens analisadas. Nesse sentido, para Cambourne (1998), O’Neill et al. (2001) e Favero e Antunes (2007), a atividade é, essencialmente, baseada na visitação às adegas e vinhedos, com o objetivo de degustar os vinhos e conhecer os produtos vitícolas das empresas visitadas. Os autores Hall et al. (2004: 3) afirmam que o enoturismo é a “*visitation to vineyards, wineries, wine festivals and wineshows for which grape wine tasting and/or experiencing the attributors of a*

*grape wine region are the prime motivating factors for visitors*". Ou seja, a atividade é desenvolvida em regiões produtoras de vinhos onde o turista participa das diversas atividades ligadas ao processo de vinificação, desde o plantio das uvas, processo de produção e fermentação do vinho até sua degustação, o que envolve a experiência dos visitantes como fator de motivação.

Os pesquisadores gregos Kilipiris e Karamanidis (2010) abordam de forma um pouco generalizada a definição da atividade. Mas também eles especificam as atividades que podem ser praticadas durante sua execução. Para os autores, o enoturismo é a combinação do vinho e da gastronomia numa viagem onde possa estar incluídas as atividades de degustação, consumo, aquisição de vinho onde é produzido. Estas atividades incluem as visitas às vinícolas, bem como visitas guiadas aos parreirais, participação em festivais, festas e outros eventos culturais. Juntamente com os produtos originados da uva, também há a degustação da gastronomia típica uma vez que o enoturismo também inclui elementos gastronômicos.

Com efeito, Contreras (2015) considera que essas novas atividades coordenadas por novos agentes (serviços, empresas de turismo, hospedagem e alimentação) contribuem para o desenvolvimento rural, proporcionando a recuperação econômica e a valorização do meio rural. Portanto, a concepção de desenvolvimento vai além da acumulação de riqueza e crescimento do Produto Interno Bruto. Pesquisadores apontam para fatores como inovação e avanço tecnológico como preponderantes, já que, aliado ao crescimento econômico, podem gerar mudanças. Para Preston-Whyte (2004), o turista é motivado, além do consumo e produção do vinho propriamente dito, também pela ligação com as atividades do meio rural, vinculadas às paisagens dos parreirais e ao clima rural, como é encontrado nas regiões produtoras de vinho.

Dentro dessa perspectiva, Vaz (2008) corrobora com a ideia sobre a particularidade do enoturismo em recorrer e se apropriar das atividades vinculadas ao setor agrícola tradicional. Trata-se de entender o turismo como uma forma de diversificar e implementar as atividades de turismo e lazer paralelas e complementares às atividades agrícolas e viníferas sob as quais fundamentam sua principal motivação de viagem. Vaz (2008: 180) afirma ainda que o enoturismo se apresenta como "nova interpelação ao mundo rural", oferecendo diferentes modalidades e diversificadas paisagens, como os campos de parreirais e todo o processo de vinificação.

As pesquisas desenvolvidas por Ortega e Jerziorny (2011), Lazo (2011) e Getz e Brown (2006) tratam sobre a importância do turismo como forma de fidelização e comercialização dos produtos produzidos nas vinícolas. A saber, trata-se de uma forma de marketing e promoção dos produtos agrícolas tradicionais fomentados pela visitação e degustação diretamente na vinícola.

Ainda segundo Getz e Brown (2006: 147), o enoturismo não apresenta um resultado único e consiso, porque quando é analisado numa perspectiva de marketing, percebe-se que a atividade está relacionada à motivação e às experiências de viagem, dessa forma, o enoturismo é compreendido como "*simultaneously a form of consumer behavior, a strategy by which destinations develop and market wine-related attractions and imagery, and a marketing opportunity for wineries to educate, and to sell their products, directly to consumers*".

O enoturismo é, portanto, a oferta de bens e serviços que não estão associados apenas com as adegas e cantinas, mas também com todos os negócios envolvidos com o vinho e a atividade turística, incluindo os meios de hospedagem, transportes, passeios, os guias e condutores de turismo, lojas de presentes e conveniências, dentre outros serviços. Percebe-se, a partir dessas análises, toda a relação de envolvimento e comprometimento do enoturismo com os empreendimentos turísticos em geral.

As pessoas interessadas pelo universo vitícola, não necessariamente profissionais da área, buscam conhecer o modo de vida local pela experiência vivida durante a visitação, conforme pesquisa realizada por Lazo (2011). De acordo com a execução do roteiro, outros produtos e serviços locais são oferecidos pela população, gerando mais oportunidade para a formatação do sistema turístico e maior desenvolvimento social, territorial e regional.

Guzmán, La Torre e Ocerín (2008: 100) enfatizam que "*la creación de nuevos destinos competitivos de los tradicionales de sol y playa permite un incremento de rentas en las zonas de interior y evita la migración*". Assim, essa nova configuração do enoturismo é entendida pelos autores como uma via complementar de criação de emprego e distribuição de riqueza na área rural. Nesse contexto, a análise dessa diversificação deve contemplar não apenas a unidade produtiva, mas também todo o contexto nos quais essas atividades estão inseridas.

O Turismo como fator de desenvolvimento regional, engloba vários aspectos de atividades industriais e agrícolas. A força produtiva do Turismo é de relevante significado, visto que pode traçar roteiros para o avanço progressivo do local. Nessa ótica, os roteiros permitem aos visitantes vivenciarem o mundo

rural, facilitando a dinâmica das compras de produtos regionais e contribuindo para o conhecimento da região e das empresas envolvidas. Salienta-se roteiros em cantinas, unidades produtivas, artesanato, hospedagem e recantos naturais. Portanto, os roteiros consolidam os pratos típicos, enfatizando a produção de vinhos cujo eixo temático é constituído pela uva. Como lembra Schlüter (2003: 73), essas rotas se valem da gastronomia como elemento de recuperação e valorização cultural.

As execuções de roteiros de vinhos nos países como França, Itália, Espanha, Portugal e Alemanha são, muitas vezes, mais procuradas que as visitas a museus e monumentos históricos, conforme pesquisada realizada por Pacheco e Silva (2001: 339). Esses países utilizam sua oferta enogastronômica como atrativo cultural, visto que o vinho é considerado patrimônio cultural, estando intimamente ligado à tradição histórica, à evolução desses povos e, conseqüentemente, à gastronomia.

Sobre a estruturação de uma rota enoturística, Costa e Kastenzholz (2009) e Simões (2008) destacam a importância de ofertar adequada infraestrutura básica e turística, disponibilizando equipamentos de uso turístico, incluindo nesse contexto, a motivação principal da visita: apreciação do vinho e estabelecimentos vinculados à gastronomia local. Para Río Rama et al. (2014), a oferta enoturística deve oferecer maior nível de qualidade e adequada gestão em todos os empreendimentos que compõem a rota, para que este sistema seja capaz de gerar um real interesse turístico.

De acordo com os estudos indicados neste artigo, o enoturismo pode promover diversas oportunidades para o setor vitícola: estratégias de venda direta, promoção e valorização da marca e dos produtos agrícolas, incremento no número de potenciais consumidores, gerar nova fonte de educação e sensibilização sobre o vinho, a uva, a cultura local e a gastronomia, além de potencializar a fidelização à marca. Um outro ponto abordado é a manutenção dos jovens na área rural, devido às novas ofertas de trabalho, conforme pesquisas de Carneiro (2002) e Wanderley (2002).

Com efeito, o enoturismo também pode oferecer melhorias na localidade, ao dinamizar os aspectos culturais, sociais e espaciais locais. Como identificado em pesquisas realizadas por Costa e Kastenzholz (2009): melhoria da imagem do destino turístico, atração a localidades rurais e não centrais, diminuir a sazonalidade, oferta de novos serviços e infraestrutura, efeito multiplicador gerado pela presença de visitantes e seus gastos, conscientização dos visitantes e moradores sobre a conservação e valorização do patrimônio natural e cultural, atração de novos investimentos e oferta de emprego.

No entanto, como toda atividade econômica, a prática do enoturismo pode gerar alguns danos e impactos negativos para a localidade, conforme Carlsen (2004): poluição, erosão do solo e degradação ambiental, provocados pelo incremento do fluxo turístico, maior especulação imobiliária, tanto vinculado ao espaço agrário quanto aos centros urbanos, perturbação e sobrecarga nas atividades tradicionais agrícolas. Acrescenta-se também certos impactos gerados nos aspectos sociais, advindos das relações estabelecidas entre os visitantes e os moradores.

Roese (2008) alerta para o fato de que, na busca pelo incremento desse processo de vinificação e produção de vinhos com indicação de procedência, também surgem, oportunamente, mercados associados ao aumento da importância da bebida, por meio de venda de acessórios para degustação e conservação do vinho e, ainda, busca pelo conhecimento específico e necessário a uma degustação requintada, como os cursos de enologia, *sommelier* e harmonização de vinho, seja in loco (durante as visitas) ou nas grandes cidades, como forma de fortalecer a marca, além de surgimento cada vez maior de uma literatura mais especializada. Assim, Conclui Roese (2008: 78), “o mercado do vinho (...) é um segmento com um dinamismo muito significativo e que está contribuindo para a dinamização de economias locais”.

### 3. O desenvolvimento do enoturismo no Vale do São Francisco

O início da vitivinicultura na região do São Francisco data, aproximadamente, da década de 20, época em que a uva de mesa era cultivada em forma de jardins. Na década de 60, a produção de vinhos foi implantada como atividade econômica, através da Comissão do Vale, hoje CODEVASF – Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco, no município de Santa Maria da Boa Vista-PE. A partir de então, o projeto-piloto do Bebedouro começou a realizar experiências em áreas irrigadas. Assim, em 1984, um italiano adquiriu algumas propriedades agrícolas em Santa Maria da Boa Vista, onde instalou a Fazenda Milano. Com a chegada dos gaúchos, a produção de vinhos finos passou a ser feita em larga escala. A partir dos anos 90, mesmo ainda de forma tímida, constata-se o início do fluxo de visitantes nas unidades vitivinícolas, seja por motivos comerciais, de caráter técnico-científico ou de lazer.



prêmio internacionais. Em 2003, inicia sua produção a Ducos Vinícola, de propriedade de italianos e enólogo francês.

A vinícola Ouro Verde Ltda adquiriu as instalações da antiga Vitivinícola Terra Nova, criada pelo japonês Mamoru Yamamoto e instalada no município de Casa Nova - BA. Deste empreendimento, participam a Vinícola Miolo Ltda. que se associou à empresa Lovara Vinhos Finos Ltda, fundando a Empresa Fazenda Ouro Verde Ltda., conforme levantamento realizado por Vital (2009). A seguir, de acordo com quadro 1, pode-se observar as datas de instalação e associação destas empresas.

Mais recentemente, do ano de 2008 para os dias atuais, duas outras vinícolas oferecem a possibilidade de visitação: Ouro Verde e Ducos, que ainda não opera o turismo de forma rotineira, apresentando apenas visitas esporádicas, por não oferecer infraestrutura ainda adequada para atendimento ao turista. Já a Ouro Verde, Garziera e Vinibrasil apresentam, nessa ordem, maior expressividade na oferta do enoturismo, possuindo satisfatória infraestrutura turística, com área de receptivo em torno de 250 a 400 m<sup>2</sup>, sendo dividido em adegas, área de produção e sala de degustação. No caso da Garziera ainda apresenta restaurante, sala de vídeo, memorial do vinho e fonte.

### Quadro 1: Instalação das Empresas Vitivinícolas no semiárido nordestino

Empresa	Fazenda	Marca do produto	Localização	Ano de instalação	Ano de produção do vinho
Vinícola Vale do São Francisco S/A	Milano	Botticelli	Santa Maria da Boa Vista - PE	1970	1986
Adega Bianchetti Tedesco Ltda		Bianchetti Vinho Orgânico	Lagoa Grande – PE	2000	2001 2008
Vitivinícola Lagoa Grande	Garibaldi	Carrancas Garziera	Lagoa Grande – PE	1990	2001
Vitivinícola Santa Maria S/A	Planaltino	Adega do Vale RioSol	Lagoa Grande – PE	1987	2004
Vinibrasil		Paralelo 8 Rendeiras Vinha Maria		2004	
Ducos Vinícola	Ducos	Chateau Ducos	Lagoa Grande – PE	2001	2003
Bella Fruta Ltda Vitivinícola Vale do Sol Ltda	Passarinho	Vinhos do Vale Caves do Sol	Lagoa Grande – PE	1990	2000
				2004	2005
Ouro Verde Ltda	Ouro Verde	Terra Nova Miolo	Casa Nova – BA	1985	2002

Fonte: Adaptado de VITAL (2009).

A Fazenda Passarin, como é conhecida na região, é uma das mais antigas em atividade. Sua implantação data de 1990, quando a produção estava voltada para a fruticultura em geral. No início dos anos 2000, os proprietários da fazenda investiram na produção e comercialização de vinhos finos e de mesa, a princípio, os vinhos era a granel, não sendo engarrafados na propriedade. Atualmente, a Vitivinícola Vale do Sol passou a comercializar os vinhos do vale e caves do sol.

Em 2008, a Adega Bianchetti Tedesco passou a produzir e comercializar vinhos finos orgânicos. Estes vinhos são elaborados através de um processo natural, com uvas cultivadas seguindo as normas internacionais para agricultura orgânica, obedecendo critérios vinculados a certificação do Instituto Biodinâmico – IBD. Esta primeira iniciativa na região busca manter seu processo de acordo com o equilíbrio e a preservação do meio ambiente.

A visitação às unidades produtivas, onde são oferecidas a degustação e a venda de produtos locais, são também incluídas visitas guiadas nas cantinas e realizam a degustação dos vinhos produzidos na localidade. O itinerário é propositadamente estudado, onde se pode ser visitados: museus, vinhedos, zonas produtivas. Além disso, as vinícolas foram lançadas como produto turístico, algumas, inclusive, oferecem alimentação, hospedagem e serviços de lazer e entretenimento.

Essas vinícolas recebem visitação turística por meio das agências de turismo ou agendamento direto nos empreendimentos. Há roteiros ofertados e comercializados pelas agências de viagens que incluem outras atividades, atrações e passeios. As visitas nas vinícolas seguem praticamente uma mesma estruturação em que é possível visualizar os parreirais e as diversas fases de crescimento da uva, conhecer o processo de produção e engarrafamento do vinho e por fim realizar a degustação, o que leva o turista inevitavelmente à compra de algum produto da vinícola.

Percebe-se que o desenvolvimento do enoturismo no Vale do São Francisco ainda é recente e inicial, em comparação ao principal destino de enoturismo no Brasil, o Vale dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul. Constata-se que, devido à lacuna de informações sobre o registro de visitas nas principais vinícolas e por não haver um controle e um planejamento adequado da atividade, o quantitativo de visitantes e o crescimento da atividade não é mensurado adequadamente, prejudicando uma melhor análise da realidade praticada.

Em regiões tradicionalmente conhecidas por produção de vinho, como Bourdeaux - França, Valpolicella e Frascatti - Itália, D' Ouro - Portugal e o Vale dos Vinhedos, no sul do País, percebe-se forte investimento em infraestrutura turística como tentativa de incrementar e complementar a atividade econômica associada à vinificação. Ao longo do percurso na Serra Gaúcha, por exemplo, pode-se encontrar, além das vinícolas, diversos serviços atrelados à temática, como restaurantes, pousadas, queijarias, artesanato. Nessa perspectiva, as vinícolas estão localizadas junto a uma área de crescente potencial turístico e de lazer, reforçado pelo simbolismo atribuído ao vinho e à colonização, o que gera certa curiosidade em saber sobre o processo produtivo. No Vale do São Francisco, embora não se tenha tradição (nem cultural nem agrícola) na produção da bebida, há uma busca pelo aproveitamento do crescimento das vendas e consumo dos produtos locais e a novidade em implantar o turismo nas vinícolas do sertão nordestino.

Dentro desse contexto, ao analisar o registro das visitas da vinícola Ouro Verde, único empreendimento a fazê-lo rotineiramente, é possível perceber o crescimento quanto às visitas nos últimos anos, de acordo com os dados obtidos entre os anos de 2008 a 2011. Desde 2008, quando a propriedade passou a receber visitantes, apresentou-se bom índice de crescimento em termos de visitação, a partir da motivação sobre o vinho. Houve um aumento médio percentual de 97% do ano de 2010 para 2011. Também percebe-se crescimento de 85% em relação ao mês de julho de 2011, comparado ao ano anterior. Nesse período, a propriedade iniciou parceria com empresas de turismo receptivo, contribuindo para o incremento na visitação.

Já em relação a duas outras vinícolas, Vinibrasil e Garziera, a média mensal de visitação são de 250 e 300 pessoas, respectivamente. As vinícolas Vale do São Francisco, Bianchetti, Ducos e Vale do Sol não realizam o controle do registro de visitantes de forma mais rígida e operacional, inviabilizando o levantamento e análise para esta pesquisa.

Devido ao fluxo crescente de visitantes nas unidades produtivas, torna-se necessário planejar, padronizar e organizar essas visitas, com a finalidade de não prejudicar a produção vinífera devido aos impactos provocados pela atividade turística. Nesse sentido, os proprietários das fazendas, percebendo esses visitantes como fonte de divulgação, consolidação de suas marcas e fidelização, organizaram suas vinícolas para receber o fluxo advindo da curiosidade sobre a técnica empregada ou até mesmo devido a negócios estabelecidos. Construíram infraestrutura mais adequada para receber os turistas sem interferir no processo produtivo.

A região em estudo possui certa potencialidade turística, principalmente no que diz respeito aos recursos naturais, uma vez que estes geralmente encontram-se nas áreas rurais, cujas necessidades de estímulos para ampliação da infraestrutura são maiores, tanto para o acesso como para a utilização dos atrativos. Sem uma organização básica, não é possível considerar tais lugares como pontos turísticos, mas simplesmente locais com potenciais turísticos. Muitos agricultores detêm em suas propriedades, potenciais turísticos, porém não dispõem de recursos suficientes para estruturá-los.

Nessa conjuntura, a percepção de que o turismo é uma ferramenta para gerar emprego e renda deve ser entendida, pelos setores relacionados à atividade, como uma forma de utilizar a localidade conscientemente, promovendo a sustentabilidade e gerando, dessa maneira, um bom relacionamento entre a comunidade, o governo e o meio ambiente. A importância do turismo em uma economia depende de suas condições naturais e econômicas, como a existência do atrativo, de infraestrutura, de equipamentos turísticos e de acessibilidade; e ainda das características do município, em função de alternativas ao papel reservado ao setor de serviços e turismo em sua estratégia de desenvolvimento econômico

Então, para estruturar o roteiro turístico, uma parceria entre prefeituras municipais, Secretarias de Turismo dos municípios envolvidos e SEBRAE-Petrolina foi formulada. Uma das ações foi a contratação

de empresa de consultoria turística para estudo e formatação do produto turístico a ser trabalhado: os segmentos de Turismo a ser trabalhado, o tecno-rural e enoturismo. O projeto analisou também a qualidade dos atrativos locais e sugeriu três roteiros para públicos específicos, todos contemplando a visita às vinícolas e projetos de irrigação.

Nesse sentido, a região em estudo está se consolidando como polo de desenvolvimento, abrangendo arranjos de ligações industriais e também de serviços turísticos. Visto que a região está se tornando conhecida por seus recursos ativos, construídos pela organização territorial, pela política local e formas de gestão para desenvolvimento local, atuando em contextos mais e mais competitivos. Para a consolidação desse Polo Vitícola, o Governo investiu em programas voltados para o desenvolvimento da vitivinicultura e também para o turismo, com a implantação de museu e enoteca, além de incentivo aos empresários investirem em equipamentos de turismo.

Além da iniciativa pública, os empresários do setor vitícola estão realizando diversas ações a fim de consolidar a qualidade dos vinhos do Vale do São Francisco nos mercados nacional e internacional. Uma das ações é estabelecer um selo de qualidade (Denominação de Origem Controlada), visando a demarcação das áreas das diferentes espécies de uvas cultivadas e criando indicações geográficas. Essa ação amplia as perspectivas de crescimento da vitivinicultura e reforça a manutenção de um espaço identitário, influenciando no desenvolvimento regional.

Portanto, investir no incremento à atividade turística passou a ser objetivo dos diversos agentes, seja governo ou empresários, visto que os visitantes contribuem com o crescente mercado do vinho, ao se transformarem em consumidores e multiplicadores desse consumo. Dessa forma, a cantina passa, então, a ser uma forma de divulgação e consolidação dos produtos, a visitação é também uma forma de marketing, de venda direta, de fortalecimento da marca e da imagem do vinho, da uva, do rótulo e da origem de indicação geográfica. Assim, a imagem dos produtos ofertados durante a visitação é percebida por meio de um significado intrínseco à região visitada. Roese (2008) constata-se que o vinho pode, de certa forma, não necessitar desse aparato turístico, do apelo às tradições para ser produzido, no entanto, para manter a marca e, conseqüentemente, as vendas, a vinícola precisará se inserir nessa nova dinâmica do meio rural.

Contudo, percebe-se a partir dessas análises uma relação de envolvimento e certo comprometimento dos agentes sociais vinculados à viticultura e ao turismo. Embora trate de um tipo de atividade em que os elementos referentes ao processo de elaboração do vinho são o centro da experiência da viagem, faz-se necessário utilizar outros atrativos regionais como estratégias de vendas e de mercado para produtos locais, incrementando e contribuindo para aumentar a permanência do turista na localidade visitada.

#### 4. Conclusão

A relação do turismo com determinada localidade pode contribuir para com a transformação social. As relações de poder estabelecidas em âmbito local são resultado da prática da atividade turística, envolvendo os diversos agentes sociais. Busca-se que esta atividade possa gerar uma considerável melhoria na qualidade de vida das pessoas, ou seja, indutora de um processo legítimo de desenvolvimento. Entende-se que o estudo da relação do turismo com o desenvolvimento deva analisar para além dos indicadores econômicos, ou melhor, deve-se incluir os elementos qualitativos necessários à concretude de um processo de transformação social, vinculados a: saúde, educação, oportunidades sociais

Conforme observado em pesquisa, a relação turismo e espaço provoca mudanças nas organizações espaciais visto que cria certas distorções na configuração dos espaços. A atividade se torna agente reorganizador dessas configurações ao criar núcleos de inclusão em atividades socioeconômicas, resultando na dinamização socioespacial. Assim, as análises realizadas nesse estudo podem contribuir para a compreensão do processo de expansão da utilização do turismo no espaço agrário da região do Vale do São Francisco, uma vez que tal atividade vem dinamizando a economia, reconfigurando o arranjo espacial local e atribuindo, dessa maneira, novas funcionalidades e novas formas de uso e apropriação do solo para fins turísticos e de lazer.

Percebe-se que o turismo foi (e vem sendo) estimulado pelos governos municipal, estadual e federal, por meio de ações e parcerias público-privadas e, dessa forma, encontra-se, atualmente, em fase de certa euforia no crescimento e, ao se associar a imagem da inovação, como no caso do agronegócio no semiárido nordestino, algumas de suas mais antigas tradições (como atrativos culturais, por exemplo), passam a também se tornar mais valorizado, oferecendo novas estratégias de diferenciação ao desenvolvimento

regional. Ou seja, região de agricultura de subsistência, torna-se próspera devido a irrigação, passa-se a investir em grandes empresas para o agronegócio e, finalmente, aliado a vitivinicultura, agrega-se valor a localidade com o fluxo de turistas. Tudo se torna produto, mercadoria.

As atividades de lazer nas propriedades revelam importante elemento que vem a contribuir para a estratégia de negócio (comercialização, marketing e fortalecimento da marca) das empresas vitícolas, pois oferece oportunidades e ações complementares, reforçando a principal atividade agrícola, aliado aos fortes fatores da vitivinicultura e fidelização dos visitantes ao consumo do produto degustado. Revela-se, portanto, o fortalecimento da imagem do produtor e, conseqüentemente, da região. Considera-se que o vinho, a cultura do sertão nordestino, a alimentação regional e o turismo formam elementos centrais para a concretização de tais atividades. Assim, torna-se uma nova interpretação e utilização do mundo rural.

A viabilidade do turismo nos empreendimentos vitícolas da região em estudo vem ganhando notoriedade na academia, por meio de diversos estudos nas mais diversas áreas do conhecimento. No entanto, faz-se necessário indicar a necessidade de se estabelecer planejamento e gestão adequados para a realidade local, com objetivo de obter infraestrutura apropriada à atividade turística, mão de obra qualificada, habilidades em marketing para divulgar os produtos agrários, artesanais, naturais e, conseqüentemente, turísticos de toda a região do Vale do São Francisco. Esses componentes são essenciais para o desenvolvimento da atividade e, que, não se vislumbra adequadamente na região.

Desta forma, o enoturismo na região do Vale do São Francisco vem valorizando o território, os aspectos paisagísticos locais, associado às modificações provenientes dos objetos que se instalam, tais como equipamentos turísticos, infraestrutura turística e hoteleira, melhoria de acesso, aeroporto, rodoviárias, entre outros. Recriando e transformando o espaço a partir de ações públicas e empresariais que proporcionam a melhoria dos serviços turísticos ofertados na localidade, como também, dos serviços públicos que apoiam a atividade turística e de lazer.

Portanto, no sentido de cooperação e solidariedade, busca-se aumentar as chances de que o turismo possa, de fato, ser capaz de diminuir as privações do nordestino e alavancar o desenvolvimento da escala humana. Percebe-se o quanto é imprescindível a ação do poder público como articulador e fomentador da condição dos cidadãos perante a atividade econômica.

## Bibliografia

- Cambourne, B.  
1998. *Wine tourism in the Camberra district*. Wine tourism – Perfect Partners, Proceedings of the First Australian Wine Tourism Conference, Bureau of Tourism Research.
- Carneiro, Maria J.  
2002. “Multifuncionalidade da agricultura e ruralidade: uma abordagem comparativa”. En Moreira, R.J y Costa, L.F.C. *Mundo rural e cultura*. Rio de Janeiro, Mauad, p. 223-240.
- Carlsen, J. y Ali-Knight, J.  
2004. “Managing wine tourism through demarketing: the case of Napa Valley, California”, *International Wine Tourism Research*.
- Charters, S. y Ali-Knight, J.  
2002. “Who is the wine tourist?”, *Tourism Management*, v. 23, p. 311-319.
- Contreras, A.  
2015. “Turismo rural en el acoma de Villarica – Chile: institucionalidad y emprendedores rurales”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24 (1), 21-39, Jan-abril.
- Costa, A. y Kastenholz, E.  
2009. “O enoturismo como fator de desenvolvimento das regiões mais desfavorecidas”. Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde. *Anais*. (pp. 1489-1508). Cabo Verde.
- CTPeixes. Centro de Transposição de Peixes.  
2001. “Mapa da bacia do são francisco”. Brasília: CNPQ. Disponível em [www.sfrancisco.bio.br](http://www.sfrancisco.bio.br), acesso em out 2015.
- Favero, I. y Antunes, J.  
2007. “Enoturismo en la región uva y vino – Brasil”. *Estudios y perspectivas en Turismo*. Buenos Aires, v.16, p.133-149.
- Getz, D. y Brown, G.  
2006. “Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis”. *Tourism Management*. 27(1), 146-158, jan.



- Guzmán, T., La Torre, G. y Ocerín, J.  
2008. “Análisis econométrico del enoturismo en España: un estudio de caso”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 17 (1), 98-118, jan.
- Hall, M. et al.  
2004. “Wine tourism – an introduction”. En Hall, L. Sharples, B. Cambourne; N. Macionis (orgs). *Wine tourism around the world – development, management and markets*. Oxford: Elsevier.
- Kilipiris, F. E. y Karamanidis, I.  
2010. “Wine Roads of Northern Greece: A tool for promoting oenogastronomy for the areas of Epirus, Macedonia e Thrace”. *Tourism & Hospitality Management*, Conference Proceedings, p. 967-975.
- Lazo, M.M  
2011. “Calidad enoturística en la futura ruta del vino de la D.O. Ribeira del Duero en España”. *Revista TMQ*, Lisboa, 2(2).
- Locks, E. y Tonini, H.  
2005. “Enoturismo: o vinho como produto turístico”. *Turismo em Análise*, São Paulo: ECA-USP, 16(2), 157-173, nov.
- O’Neil, M. y Charters, S.  
2001. “Service quality at the cellar door: implications for Western Australia developing wine tourism industry”. *Managing Service Quality*, Bedford, 10.
- Ortega, A.C. y Jeziorny, D.L.  
2011. *Vinho e território: A experiência do Vale dos Vinhedos*. Campinas: Alínea.
- Pacheco, A; y Silva, S.  
2001. “Iniciação à Enologia”. En: Ansarah, M (Org). *Turismo: como aprender, como ensinar*. 2 ed. v. 2. São Paulo: SENAC, p. 331-352.
- Preston-Whyte, R.  
2004. “Wine routes in South Africa”. En: Hall, M. et al. (Org.). *Wine tourism around the world*. Estados Unidos: Betterworth-Heinemann.
- Río Rama, M., Alvarez García, J., Gândara, J., Valduga, V. y Rodríguez González, P.  
2014. “Rute del vino Ribeiro Sacra (Galicia – España): Análises desde el punto de vista de la oferta enoturística”. *Turismo & Sociedade*, Curitiba, 7(3), 554-575, julho. Dossiê sobre Enoturismo.
- Roose, M.  
2008. “O Mondovino de cabeça para baixo: as transformações no mercado internacional do vinho e o novo empresariado vinícola”. *Revista Sociologia Política*. V. 16(31): 71-83. Nov.
- Schlüter, R. G.  
2003. *Gastronomia e Turismo*. São Paulo: Aleph.
- Simões, O.  
2008. “O enoturismo em Portugal: as rotas do vinho”. *Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural*, 6(2), 269-279.
- Vaz, A. I. I. G. S. L.  
2008. *O enoturismo em Portugal: Da “cultura” do vinho ao vinho como cultura*, Tese de Doutoramento em Geografia Planeamento Regional e Urbano, Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, Lisboa. VINHOVASF. Instituto do Vinho do Vale do São Francisco.
2011. *Histórico*. Disponível em: <http://www.vinhovASF.com.br>, acesso em abril 2011.
- Vital, T. W.  
2009. “Vitivinicultura no Nordeste do Brasil: situação recente e perspectivas”. *Revista Econômica do Nordeste*, 40(3), 499-524.
- Wanderley, M. N. B.  
2002. “Territorialidade e ruralidade no Nordeste: por um pacto social pelo desenvolvimento rural”. En: *Planejamento e Desenvolvimento dos Territórios Rurais: conceitos, controvérsias e experiências*. Brasília: EMBRAPA.

*Recibido:* 03/08/2015  
*Reenviado:* 02/02/2016  
*Aceptado:* 20/02/2016  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*



# Etnografía bajo un espacio turístico:

**Sus procesos de configuración.**

Antonio Miguel Nogués Pedregal

**PASOS**

Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

Colección PASOS edita, nº 13

## Segunda residência e a construção dos vínculos afetivos e territoriais no Polo Costa das Dunas / RN / Brasil

Maria Aparecida Pontes da Fonseca Maria\* Maria Lúcia Bastos\*\*  
Alves Lúcia\*\*\* Renata Mayara Moreira de Lima Renata\*\*\*\*  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (Brasil)

**Resumo:** O artigo tem como objetivo traçar um perfil dos usuários de segunda residência no Polo Costa das Dunas e analisar o vínculo que estabelecem com o lugar que visitam regularmente para fins de lazer. Utilizou-se da metodologia quantitativa, com amostras aleatórias utilizando-se da técnica de questionários aplicada em municípios localizados no Polo Costa das Dunas/RN/Brasil. Constatou-se que o lugar onde se localiza a segunda residência representa para o usuário-proprietário um local de “veraneio” “lazer e diversão” “tranquilidade” e de “reunião familiar”. A criação dos vínculos afetivos territoriais estabelecem-se a partir de um conjunto de significados construídos a partir do uso dessa tipologia de imóvel, como permitir a reunião familiar de forma integrada e desvinculada das obrigações diárias; além de propiciar novas formas de sociabilidades, como relações afetivas com os vizinhos temporários. Conclui-se que as relações construídas a partir do uso da residência secundária é composta por diversas representações sociais e simbólicas, que permitem uma relação diferente e particular do sujeito com o lugar visitado.

**Palavras-chave:** Segunda residência; Vínculos afetivos e territoriais; Usuário; Turista; Lazer.

### Second homes and the construction of emotional and territorial bonds in the Costa das Dunas Pole / RN / Brazil

**Abstract:** The article aims to outline a profile of second home users in Polo Costa das Dunas and analyze the relationship they establish with the place that regularly visit for leisure purposes. We used quantitative methodology, with random samples using the technique of questionnaires applied in municipalities located in the *Costa das Dunas Pole/RN/Brasil*. It was found that the place where one finds the second residence represents for user-owner a place for “summer”, “leisure and recreation”, “tranquility” and “family reunion”. The creation of emotional and territorial bonds are established from a set of meanings constructed from the use of this type of property, as to allow the family reunion in an integrated manner and unlinked to the daily obligations; as well as providing new forms of sociability, and affective relationships with the temporary neighbors. It is concluded that the relationships built from the use of the secondary residence is composed by several social and symbolic representations, which allow a different and particular relationship of the subject with the place visited.

**Keywords:** Second home; Emotional and territorial bonds; User; Tourist; Leisure.

### 1. Introdução

Existem muitas localidades que assumem a função turística e passam a receber significativos fluxos de turistas. Outras localidades, que não são propriamente destinações turísticas, caracterizam-se pela presença significativa de segundas residências, especialmente destinadas para a prática do lazer e descanso dos

\* Doutora em Geografia pela UFRJ. Professora do Departamento de Geografia/UFRN. Líder do Grupo Interdisciplinar de Pesquisa Turismo e Sociedade; E-mail: mariapontes@ufrnet.br

\*\* Doutora em Sociologia pela USP. Professora do Departamento de Ciências Sociais/UFRN. Vice líder do Grupo Interdisciplinar de Pesquisa Turismo e Sociedade; E-mail: mluciabastos29@yahoo.com.br

\*\*\* Doutoranda em Ciências Sociais pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte; E-mail: renatamlima@gmail.com

usuários dessa tipologia de domicílios. Finalmente, encontramos algumas localidades que são frequentadas tanto por turistas como por usuários de segundas residências, especializando-se na prática do lazer.

É sobre esta terceira tipologia de área, que congrega os dois tipos de fluxos (usuários de segundas residências e turistas), que iremos nos deter neste trabalho, tendo como foco de análise empírica o Polo Costa das Dunas (PCD), localizado na Costa Oriental do Estado do Rio Grande do Norte, na Região Nordeste do Brasil.

Primeiramente, é importante mencionar a existência de uma diferença marcante entre estes dois grupos, apontada por vários pesquisadores. Os usuários de segundas residências desenvolvem um vínculo territorial em função do retorno periódico ao mesmo lugar, enquanto que no segundo grupo, constituído pelos turistas, esse vínculo não ocorre, uma vez que está sempre procurando conhecer novas destinações, ou seja, comumente não retornam para o lugar já visitado (Sánchez, 1991; Tulik, 2001; Cólás, 2003).

Apesar desse consenso entre os estudiosos, são necessárias mais pesquisas empíricas que esclareçam e aprofundem a natureza desse vínculo territorial, pois como lembrou Janoschka (2013), apesar do crescimento exponencial na última década da mobilidade transnacional, temporal ou permanente, e das repercussões territoriais ocasionadas por esse fenômeno, tal dinâmica é pouco estudada, principalmente no caso latino-americano. Procurando contribuir para avançar nessa discussão, o trabalho será desenvolvido com o objetivo de traçar um perfil dos usuários de segunda residência no Polo Costa das Dunas e analisar o vínculo que estabelecem com o lugar que visitam regularmente para fins de lazer.

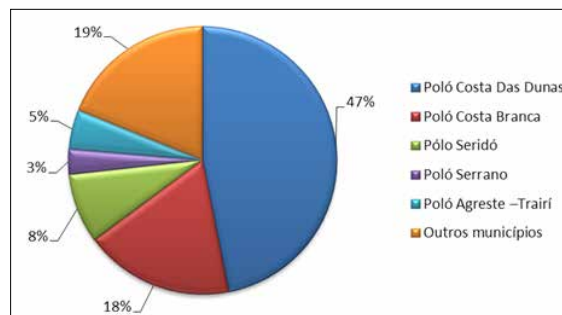
## 2. Metodologia

O PCD se constitui na principal região turística do estado, englobando 21 municípios, localizados ao longo do litoral oriental potiguar: Arês, Baía Formosa, Canguaretama, Ceará-Mirim, Extremoz, Goianinha, Macaíba, Maxaranguape, Natal, Nísia Floresta, Parnamirim, Pedra Grande, Pureza, Rio do Fogo, São Gonçalo do Amarante, São José do Mipibú, São Miguel do Gostoso, Senador Georgino Avelino, Tibau do Sul, Touros, Vila Flor. Dentre esses, destacam-se as principais destinações turísticas do Rio Grande do Norte: Natal, Tibau do Sul/Pipa e São Miguel do Gostoso (ver Mapa 1).

A partir da década passada inicia-se o processo de internacionalização do turismo no Rio Grande do Norte, com a chegada de fluxos turísticos procedentes da Europa (portugueses, espanhóis, italianos, holandeses, suecos, dentre outros) e de empresas hoteleiras de redes internacionais (Ex: Pestana, Accor, Serhs). Tal processo desencadeou a dinamização do segmento imobiliário e a chegada de empresas de capital estrangeiro (portuguesas espanholas, italianas e norueguesas) deste segmento de atividade que começaram a produzir equipamentos imobiliários (segundas residências) para um público também constituído de estrangeiro, a partir de uma concepção importada da península ibérica: condomínios fechados com áreas de lazer. (FONSECA; SILVA, 2012).

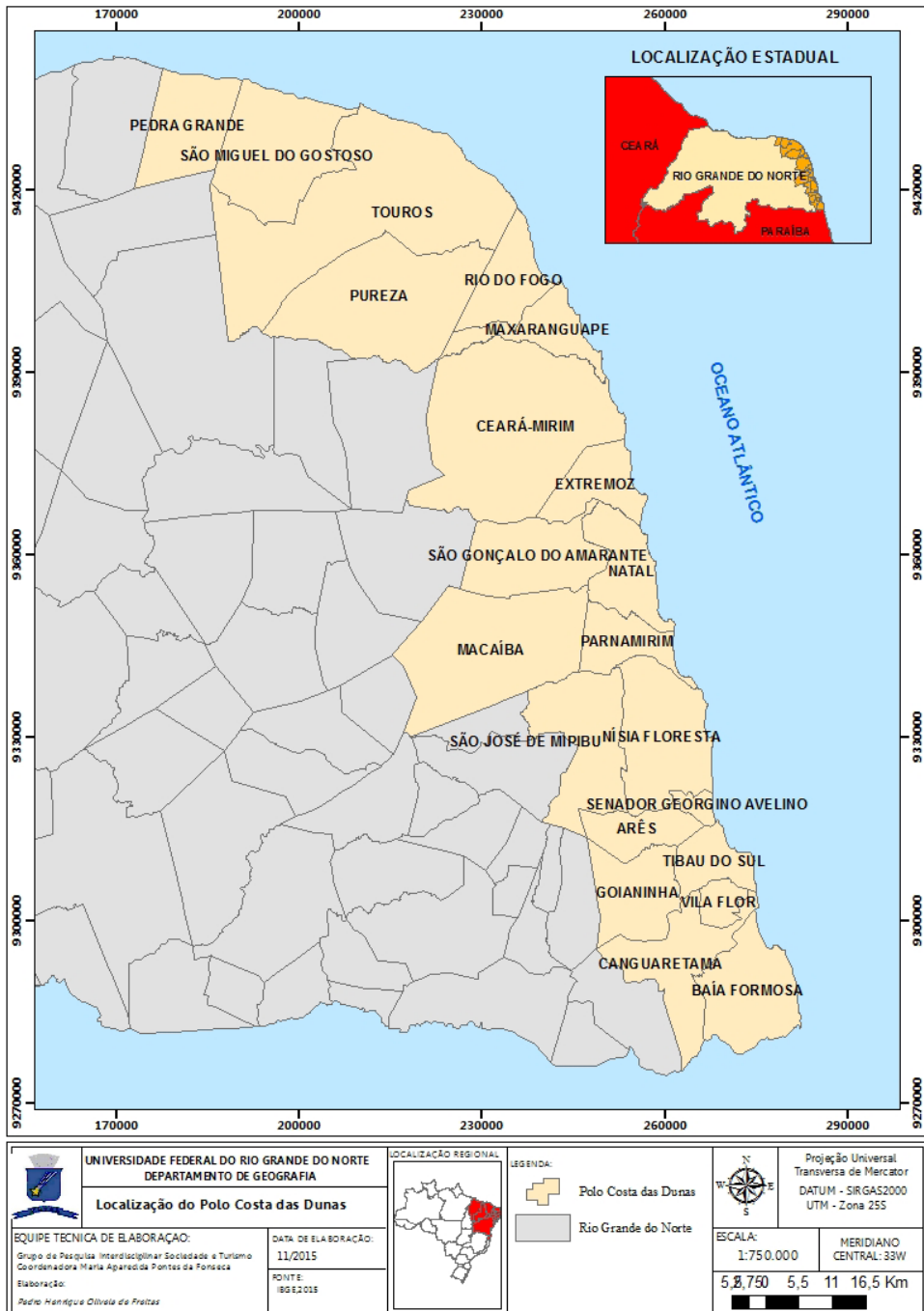
Dados do último censo do IBGE (2010) indicam que, atualmente, o fenômeno da segunda residência vem assumindo relevância em vários municípios do PCD, apresentando significativo crescimento não apenas em municípios litorâneos, mas também em outros que não são banhados pelo mar, localizados na Região Metropolitana de Natal e, inclusive, no interior. Este polo abrange cerca de 47% do total estadual dos domicílios destinados à segunda residências (ver Gráfico 1), conforme dados do IBGE (2010). A incidência espacial desse fenômeno no polo, justifica o recorte da presente pesquisa.

**Gráfico 1: Distribuição das segundas residências nos Polos Turísticos do RN – 2010**



Fonte: IBGE (2010).

**Mapa 1: Localização da área de estudo: Polo Turístico Costa das Dunas- RN**



**Fonte:** Secretaria de Turismo do Rio Grande do Norte - SETUR

**Elaboração:** Pedro Freitas

A metodologia da pesquisa consistiu num trabalho de campo onde foram aplicados 306 questionários distribuídos nos seguintes municípios do polo: Nísia Floresta (119), Extremoz (77), Parnamirim (67), Ceará-Mirim (16), Maxaranguape (10), Touros (7), Rio do Fogo (05) e Tibau do Sul (05). Este levantamento foi feito em janeiro de 2012, em plena alta estação. Os municípios selecionados localizam-se na faixa litorânea e apresentam maior incidência dessa modalidade de domicílios, comparativamente aos demais, conforme dados do IBGE (2010).

A técnica utilizada para compor o plano amostral foi de uma Amostra Aleatória Estratificada (AAE), onde cada município foi considerado um estrato. Para esse estudo é importante ressaltar que não foi incluído o município de Natal, onde se verifica a maior incidência dessa categoria de domicílio no conjunto estadual, por apresentar especificidades que dificultaria o trabalho de campo.

Também é importante esclarecer que os questionários foram aplicados nos imóveis distribuídos isoladamente, não sendo foco da pesquisa os condomínios horizontais e verticais fechados, geralmente destinados a um público estrangeiro de maior poder aquisitivo, devido à dificuldade de acesso aos usuários destes condomínios, de modo que 98,70% da população entrevistada é composta por brasileiros que frequentam o litoral potiguar para fins de lazer.

Para traçar o perfil dos usuários (demanda), contabilizaremos a totalidade da população alvo da pesquisa, ou seja, 306 respondentes. No entanto, para analisar o vínculo com o lugar faremos uma distinção entre os proprietários das segundas residências (202 respondentes) e os que não eram proprietários (104 respondentes), constituídos por pessoas que alugam ou em casos em que a residência é cedida.

O grupo de não proprietários era constituído por pessoas que estavam alugando as residências ou então que estas eram cedidas ou emprestadas. Segundo nosso entendimento, as pessoas que compõem esse segundo grupo caracterizam-se como turistas e, nesse caso, as segundas residências assumem o papel de alojamento turístico. A seguir, aprofundaremos essa discussão.

### 3. A segunda residência no contexto da atividade turística

No Brasil, “residência secundária” ou “segunda residência” são denominações comumente aplicadas às propriedades particulares utilizadas, temporariamente, por pessoas que tem sua residência permanente em outro lugar. Indica então o deslocamento e o desvinculamento temporário da vida cotidiana/rotineira que ocorre na residência principal ou primeira residência. Também são popularmente denominadas de “casa de praia”, “casa de veraneio”, “chácara”, “sítio”, “casa de campo”, “rancho” “granja”, entre outros menos conhecidos. Em outros países, a residência secundária também assume diversas denominações. Na França: *residence secondair, maison de campagne, residence touristique*; na Espanha: *segunda casa, segundo hogar, casas vacacionales*; na Itália: *seconda casa*; em países de língua anglo-saxônica: *second home, vacation home*. (Tulik, 2001)

Uma definição que compreende a discussão atual sobre a segunda residência foi elaborada pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), da Espanha:

Uma residência familiar é considerada secundária quando é utilizada somente parte do ano, de forma estacional, periódica ou esporádica e não constitui residência habitual de uma ou várias pessoas. Pode ser, portanto, uma casa de campo, praia ou cidade utilizada nas férias, verão, finais de semana, trabalhos temporais ou em outras ocasiões. (*apud* Colás, 2003:29).

Esta definição representa um avanço, na medida em que não há um vinculamento direto e estreito entre segunda residência e uso para o lazer e o descanso, adotando-se outras possibilidades de uso, como para o trabalho; respeitando-se sempre a temporalidade, uma vez que seu uso é esporádico. Neste sentido, a segunda residência não se caracteriza como um tipo de alojamento com finalidade bem definida, podendo ser utilizada para os mais variados propósitos.

Sendo assim, a perspectiva deste trabalho se contrapõe, no que se refere ao aspecto conceitual, com Tulik, 2001 e Hiernaux-Nicolas, 2005 que classificam as segundas residências como um alojamento turístico per se. É importante ressaltar que, em certas ocasiões, o imóvel poderá assumir a função de alojamento turístico, quando for ocupado por um turista.

Este é turista independentemente do alojamento em que se hospeda, podendo ser até em casa de parentes e amigos. No entanto, nem todo usuário de segunda residência pode ser considerado um turista.

Conforme a definição do INE, acima referida, as segundas residências podem ser utilizadas para fins distintos do lazer e inclusive para o trabalho, portanto não se pode afirmar que a segunda residência é um alojamento turístico se não for considerado a finalidade de seu uso e quem são seus usuários.

Na literatura existente atualmente, há muitas lacunas e contradições sobre a natureza da segunda residência e de seus usuários, chegando inclusive alguns autores a definir um novo tipo de turismo: o “turismo residencial”, o que tem causado muitas dificuldades entre estudiosos do turismo que tentam fazer a interface entre os fenômenos da segunda residência e turismo, encontrando muitas contradições.

Analisando a expansão do “turismo residencial” nas últimas décadas, alguns autores têm questionado até que ponto seu usuário se constitui um turista ou um migrante. Segundo Mateu i Ladó (2003:200) “o que se denomina turismo residencial se baseia na confusão precisamente entre o ‘turista’ e o ‘residente’”. A realidade atual, em que se observa a especialização de áreas para o consumo turístico e recreativo em algumas áreas do mundo, com a participação da residência secundária de modo cada vez mais significativo, tem contribuído, no entendimento desse autor, para embaralhar ainda mais os limites entre um e outro.

Uma das características mais marcantes que distinguem os usuários de segunda residência dos turistas é o vínculo que os primeiros estabelecem com o lugar, sendo esta característica um consenso entre os pesquisadores.

Os usuários de segundas residências diferem dos turistas propriamente ditos na medida em que o retorno frequente a uma dada localidade possibilita a criação de um vínculo territorial que se expressa de distintas formas: 1- vínculo afetivo e psicológico com o lugar, sendo esta uma das distinções mais importantes entre o usuário da segunda residência e o turista; 2- vínculos de vizinhanças e sociabilidade com outros usuários de segundas residências e moradores locais. Diferentemente dos proprietários, os turistas necessariamente não retornam para a mesma localidade, estando sempre procurando conhecer novas destinações, portanto não criam vínculo com o lugar visitado. Assim, seu tempo é fugidivo e mais restrito comparativamente ao usuário de segunda residência, de modo que o consumo do espaço e a relação estabelecida com o mesmo é diferente. (Fonseca; Lima, 2012).

O crescimento da mobilidade de pessoas, ora abordadas como turistas, ora como imigrantes por passarem longas temporadas nas destinações turísticas, muitas vezes adquirindo propriedades nestas localidades (segundas residências) tem sido denominado como “migração por amenidade” ou “*lifestyle migration*” (migração por estilo de vida), conforme apontam estudos desenvolvidos por (Benson y O’Reilly, 2009). Sua ocorrência está relacionada ao deslocamento de um número cada vez maior de pessoas a procura de lugares com grande valor paisagístico e atributos naturais valorizados, frequentemente associadas às destinações turísticas (González, Mantecón, 2014).

Huete e Mantecón (2010) fazem uma ampla revisão da literatura e apontam diversas abordagens na análise do que alguns autores chamam de “turismo residencial” e sua diferença em relação a imigração. Baseando-se ainda em estudos empíricos realizados em Alicante/Espanha, os autores afirmam que imigrantes são pessoas que se deslocam de seus países de origem para outros, passando a ser recenseados no novo lugar de moradia, sejam ou não proprietários, nos quais residem de forma permanente. Já não são imigrantes aqueles que passam no destino turístico curtas temporadas, não são recenseados, e mantêm uma residência principal em seus países de origem, bem como aqueles que se hospedam em residência privada (alugada, de amigos ou parentes), também não sendo recenseados, mesmo que passem um tempo considerado longo na referida localidade.

Para os autores, a expressão turistas deve ser reservada aquelas pessoas que querem voltar aos seus países de origem, que estão de passagem, aproveitando as férias, mesmo que em uma residência de sua propriedade. E denomina os imigrantes, aqueles que não sabem ou não querem voltar aos seus países de origem e que se registram no censo da localidade.

O entendimento dos referidos autores vai de encontro a nossa compreensão do que são turistas, concordamos com o fato de o turista ser aquele que está de passagem e vai voltar ao seu local de moradia permanente, porém não concordamos com o fato do turista poder ter a propriedade do imóvel, pois isso descaracteriza, na nossa compreensão, o turista e o turismo, na medida em que fortalece os vínculos com o lugar (Fonseca; Lima, 2012).

As autoras chegaram a esta conclusão após pesquisa realizada no Estado do Rio Grande do Norte/Brasil na qual estudou-se a produção e o consumo de segunda residência no espaço turístico Potiguar, entre os anos de 2010 e 2012. Apesar do Polo Costa das Dunas/Brasil ser muito distinto do Polo Costa Blanca/Espanha no que se refere a intensidade dos fenômenos do turismo, da segunda residência e da imigração, a natureza dos processos estudados é similar. Assim, a residência secundária assume o papel de alojamento turístico quando seus usuários não são proprietários do imóvel.

Dessa forma, interessa-nos neste trabalho analisar o vínculo que o usuário estabelece com o lugar, já que este é ponto central na distinção entre o turista e o usuário de segunda residência. Portanto, nossa análise focará os proprietários. Quanto a isso Huete e Mantecón (2010) concordam com o fato de que um cidadão que se instala em uma determinada localidade e que compra uma residência neste lugar, tende a desenvolver laços de pertencimento maiores e mais fortes do que aqueles que alugam, sem estar submetidos a regulações burocráticas.

Janoschka (2011, 2013), mostrou através do caso da Costa Rica, de que forma a localidade de Guanacaste transformou-se em um destino importante para estrangeiros, principalmente para norte-americanos, não apenas em termos de turismo de massa, mas também enquanto um local de dissiminação de segundas residências destinadas à uma população com altos poderes aquisitivos e com condições de migrar (*lifestyle migration*), constituída em grande parte por aposentados, mas não somente.

O autor vai mostrando ao longo desses trabalhos que quem opta por estabelecer residência em um local que não é o seu, cria diversos laços com a localidade, o que envolve apropriações simbólicas dos espaços e lugares e negociações de pertencimento, gerando uma reconfiguração da paisagem e dos lugares e uma mudança na composição das comunidades locais. Envolve inclusive pensar em cidadania e participação social/política em uma sociedade transnacional (Janoschka, 2013). Ao considerarmos essas questões profundas que a mobilidade contemporânea gera, temos mais motivos para acreditar que a partir do momento em que pessoas se estabelecem em lugares diferentes do seu, adquirindo imóveis e que se sentem, por isso, afetadas pelas mudanças que ocorrem no entorno, passando a sentir necessidade de participar das decisões que a comunidade local toma, estas perderam as características de turistas e adquiriram as de residentes, mesmo que temporários.

Apesar da realidade tratada no presente estudo não abordar processos destacados nos estudos anteriores envolvendo imigração internacional, procuraremos contribuir para a discussão conceitual na medida em que será abordado os vínculos territoriais estabelecidos pelos usuários de segundas residências nas localidades turísticas focadas no presente estudo. É com esta finalidade que apresentaremos, a seguir, alguns resultados da pesquisa.

#### 4. A expansão das segundas residências no Rio Grande do Norte e o perfil do usuário

O Nordeste brasileiro apresentou considerável crescimento desta tipologia de domicílios nas últimas. Historicamente, conforme Cruz (2009) ressalta de acordo com os dados do IBGE (2000), há uma preponderância de segundas residências nas Regiões Sul e Sudeste do país, correspondendo, respectivamente, a 19% e 39% do total nacional.

No entanto, o Nordeste brasileiro tem apresentado um crescimento representativo, de acordo com Assis (2009), entre 1980 e 2000, o número de residências secundárias cresceu na região à uma taxa anual de 8%, maior do que a média nacional de 6,9%, passando de 116.938 para 552.198 de imóveis nesse período. Sendo os estados da Bahia, Pernambuco, Ceará e Rio Grande do Norte, os que mais recebem investimentos nesta modalidade de domicílio.

Analisando os dados do último censo do IBGE (ver Tabela 1), podemos observar os altos percentuais de crescimento das segundas residências entre 2000 e 2010 tanto para o conjunto do país (46%), assim como em todas as Grandes Regiões e, particularmente, na Região Nordeste, onde apresenta o maior percentual de crescimento (74%). No ano de 2010, o Nordeste brasileiro abrangia 24, 56% do total existente no país.

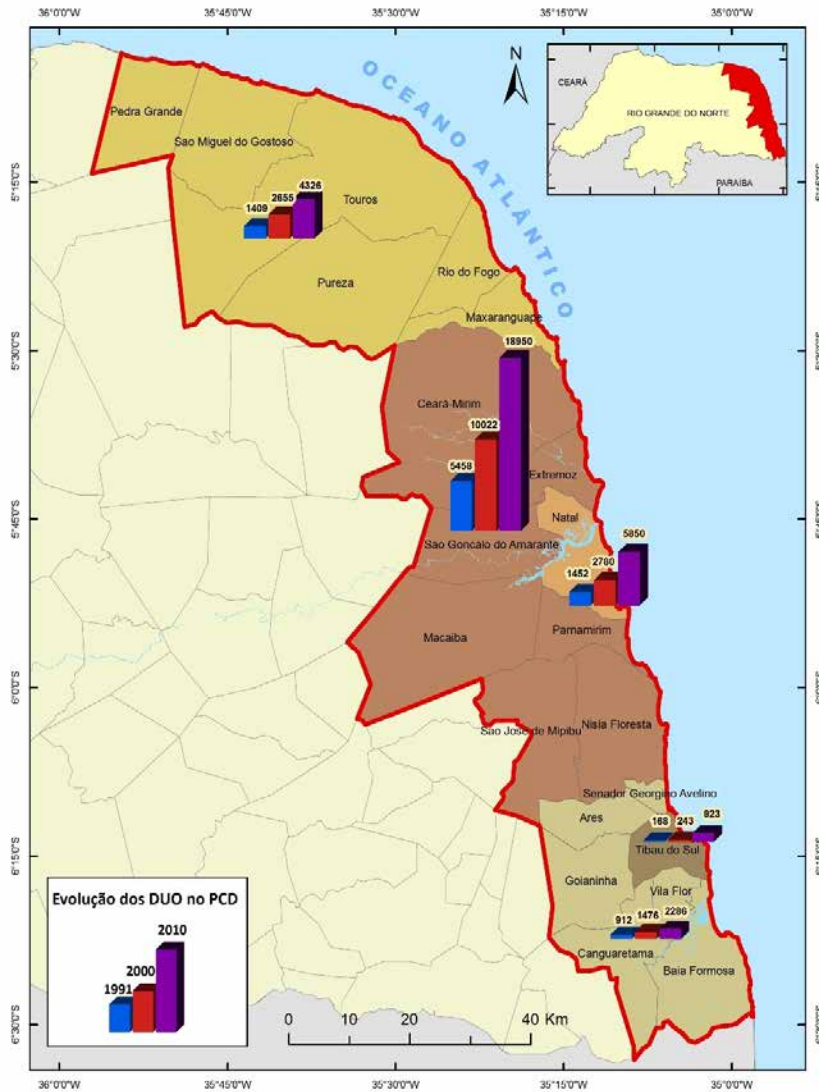
**Tabela 1: Evolução do número das segundas residências nas grandes regiões do Brasil – 2000/2010**

Regiões	2000	2010	%00/10
Sudeste	1.355.698	1.831.867	35
Nordeste	552.198	966.263	74
Sul	511.525	690.999	35
Centro-Oeste	142.594	231.300	62
Norte	123.686	212.842	72
<b>Brasil</b>	<b>2.685.701</b>	<b>3.933.271</b>	<b>46</b>

Fonte: IBGE (2000; 2010)



**Mapa 2: Evolução das segundas residências no PCD – 1991/2000/2010**



O Rio Grande do Norte tem uma participação tímida no contexto regional nordestino, englobando 6,88% do total, no entanto, na última década, apresentou um crescimento de 99,36% (IBGE, 2010) ou seja dobrou o número desta tipologia de residência. Em 2000 o estado potiguar contava com 33.321 unidades habitacionais destinadas as segundas residências e no ano de 2010 esse contingente aumentou para 66.432

A expansão recente desses domicílios está vinculada a associação do capital imobiliário com os negócios turísticos, isto é, os empresários do setor imobiliário encontraram novas oportunidades de negócios nas destinações turísticas e desenvolveram produtos que conjugam alojamentos turísticos e residências secundárias. Se até o final do século XX a produção e consumo desses domicílios era de âmbito regional/estadual, na fase atual verifica-se a forte presença de investidores estrangeiros tanto na produção como no consumo desses bens imobiliários, cuja finalidade agora não é apenas o lazer e o descanso, mas também um negócio em busca de rentabilidade (Fonseca; Silva, 2012).

O crescimento do turismo e a proliferação dos domicílios destinados ao uso ocasional verificada nas últimas décadas tem ocasionado intenso processo de ocupação em vários municípios que compõem o PCD, desencadeando um processo de urbanização pulverizada e difusa por todo litoral oriental potiguar, decorrente do consumo do espaço para atividades de lazer. No Mapa 2 abaixo, é possível observar a expansão das segundas residências no PCD, ao longo das três últimas décadas, destacando-se os municípios que compõem a Região Metropolitana de Natal, incluindo os municípios não banhados pelo mar.

Em 1991, o IBGE começa a disponibilizar dados sobre os domicílios de uso ocasional (DUO) e a partir de então é possível avaliar de modo mais preciso sua dinâmica espacial no litoral potiguar. Apenas cinco municípios (Natal, Parnamirim, Nísia Floresta, Extremoz e Ceará Mirim) englobam cerca de 70% do total desses domicílios existentes no Polo nos três momentos analisados, isto é, ano de 1991, 2000 e 2010. Ou seja, verifica-se crescimento em toda faixa litorânea, porém a produção e consumo desses domicílios continuam bastante concentrada em Natal e nos municípios litorâneos adjacentes que compõem a Região Metropolitana de Natal. Para o conjunto do Polo, verifica-se expressivo crescimento dos DUO na década de noventa (84,44%), como também na última década (89,29%) (IBGE, 1991; 2000; 2010).

### Quadro 1: Perfil dos usuários de segundas residências

<b>Procedência</b>	Os usuários de segundas residências procedem, predominantemente, de Natal (73,31%). Também se verifica a presença de usuários de outros municípios potiguares (18,89%), outros Estados da federação (7,82%) e outros países (0,98). Com relação à participação dos estrangeiros, é importante mencionar que a informação está subdimensionada, já que os condomínios fechados, que se constituem a tipologia privilegiada pelos estrangeiros, não foram alvo desta pesquisa;
<b>Faixa etária</b>	A idade dos usuários é média e elevada, sendo que 68,40% dos respondentes têm 45 anos ou mais;
<b>Profissão ocupação</b>	Relacionado com a faixa etária elevada, temos os aposentados como a profissão/ocupação com maior incidência, participando com 25,08%; em seguida aparece os funcionários públicos (23,13%) e os profissionais liberais (11,07%);
<b>Nível de instrução</b>	O grau de instrução da maior parte dos usuários é superior, englobando 51,14% dos respondentes; em segundo lugar aparece ensino médio (39,08%);
<b>Situação conjugal</b>	A grande maioria dos usuários de segunda residência é composta por pessoas casadas (68,08%) e com filhos (84,69%);
<b>Rendimentos</b>	A faixa salarial dos usuários não é elevada, sendo que 32,57% possuem uma renda mensal entre 2 - 4 salários mínimos; 26,06% entre 5 - 8 salários mínimos; 14,98% entre 9 - 11 salários mínimos; e apenas 16,94% possuem rendimentos acima de 12 salários mínimos.

Fonte: Pesquisa de campo realizada no Polo Costa Dunas (Janeiro de 2012)

No Quadro 1 acima, apresenta-se um breve perfil dos usuários de segundas residências, distribuídas ao longo do Polo Costa das Dunas, em termos de procedência, faixa etária, profissão, nível de instrução, situação conjugal e rendimentos. É relevante mencionar que esta caracterização referem-se a totalidade da população pesquisada e não apenas os proprietários de imóveis destinados a segundas residências, conforme esclarecimento acima (ver metodologia).

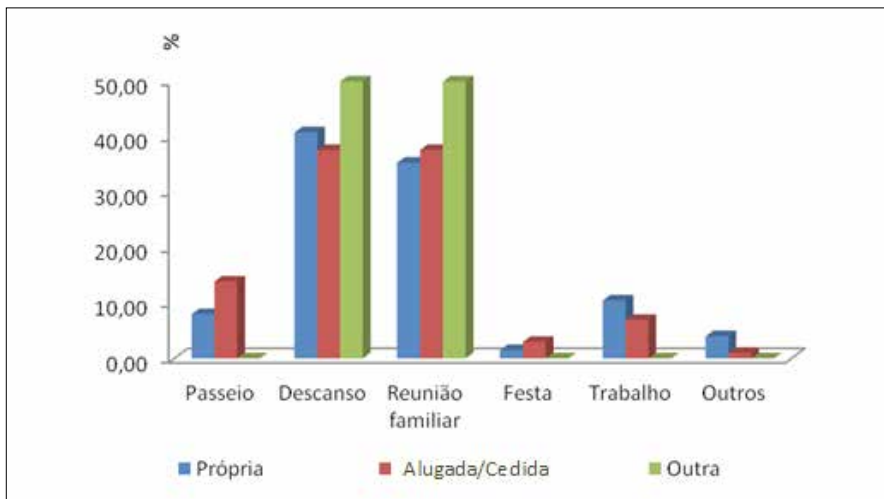
## 5. O usuário de segunda residência e o estabelecimento de vínculos afetivos e territorial no Polo Costa das Dunas

Conforme mencionado acima, há um distinção fundamenal entre o usuário de segunda residência e o turista. O primeiro cria um vínculo territorial, na medida em que periodicamente frequenta o mesmo lugar para a prática do lazer, diferentemente do turista que está sempre procurando conhecer novas localidades e, portanto, não estabelece vínculo algum com o território visitado.

Procurando contribuir para esta discussão, a seguir será apresentado alguns resultados obtidos na pesquisa sobre a natureza desse vínculo que os usuários de segundas residências estabelecem no Polo Costa das Dunas.

Na pesquisa foi constatado que 80,21% dos proprietários frequentam a localidade há mais de dez anos, sendo que, deste total, 55,45% frequentam a localidade há mais de 20 anos. Os fatores que explicam a frequência ao local onde se encontra a segunda residência é, em primeiro lugar, o “descanso” (40,80%) e, em segundo lugar, a “reunião familiar” (35,32%), conforme podemos observar no Gráfico 2.

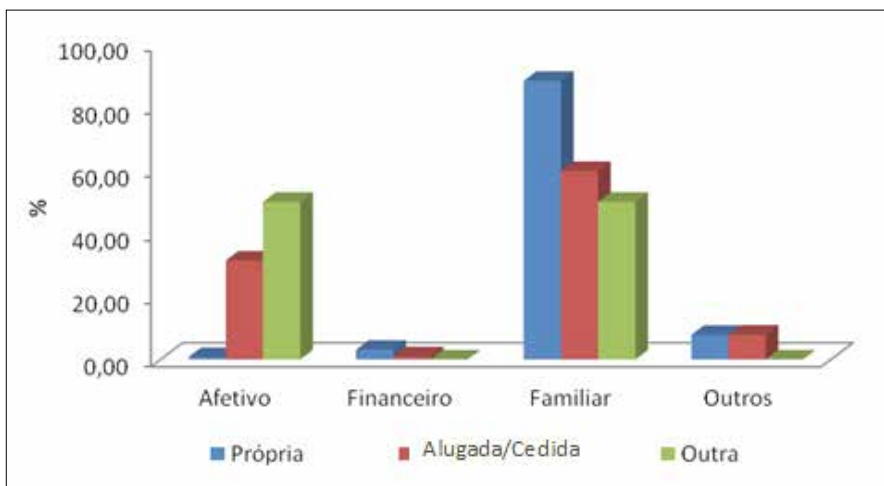
**Gráfico 2: Fatores que explicam a frequência ao lugar**



Fonte: Pesquisa de campo realizada no Polo Costa Dunas (Janeiro de 2012)

Na pesquisa foi constatado que o lugar onde se localiza a segunda residência representa para o usuário-proprietário um local de “veraneio” (25,87%), “lazer e diversão” (23,88%), “tranquilidade” (15,42%) e de “reunião familiar” (11,44%). Quando questionado sobre o principal vínculo que é estabelecido com o lugar, a resposta com maior incidência é “vínculo familiar” (88,37%), conforme dados apresentados no Gráfico 3.

**Gráfico 3: Vínculo do proprietário com o lugar onde se localiza a segunda residência**



Fonte: Pesquisa de campo realizada no Polo Costa Dunas (Janeiro de 2012)

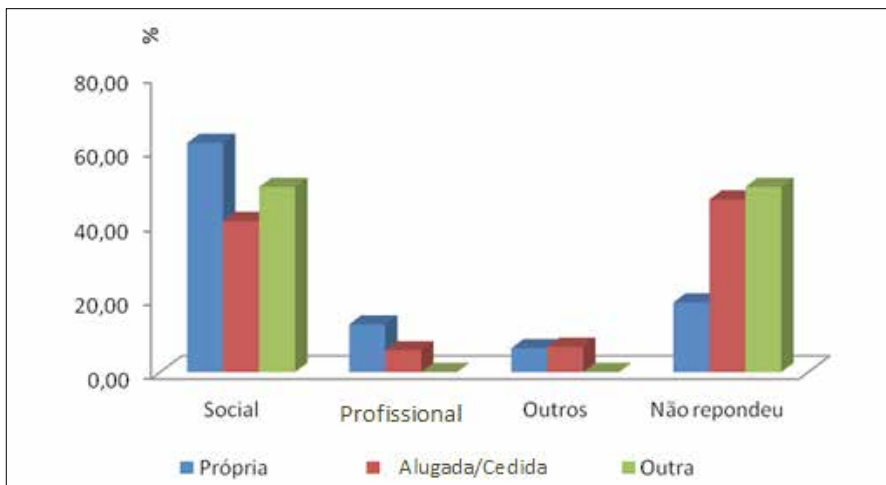
Com relação ao lazer, mais especificamente, os “banhos de mar” (28,14%) e “caminhadas” (25,635) são as atividades que mais aparecem nas respostas. A segunda residência também tem como uma de suas principais funções o “descanso” de seus usuários, sendo apontado por 18,59% dos respondentes.

Quando questionados sobre os aspectos que mais apreciam na localidade onde se localiza a segunda residência, as respostas com maior incidência foram: “tranquilidade” (39,20%), “passeios” (25,13%) e “clima” (22,11%).

Através da pesquisa, foi constatado que uma das principais motivações para o uso da segunda residência é a reunião familiar, onde o grupo familiar pode desfrutar do lazer e se divertir de forma compartilhada. Os proprietários das segundas residências apontam esse fator como primordial para justificar sua utilização e a manutenção do imóvel. Assim, a reunião familiar se constitui um elemento importante para compreensão do aumento crescente dessa modalidade de residência.

Com relação aos vínculos de sociabilidade, 76,73% dos usuários-proprietários responderam que mantém algum tipo de relação com os moradores locais, ou seja, aqueles que possuem residência permanente no local. Tais relações são principalmente “social” (61,88%) e “profissional” (12,87%). Os respondentes alegam que em virtude de frequentarem durante muitos anos a mesma localidade, acabam estabelecendo vínculos sociais com os moradores, estabelecendo, inclusive, laços de amizade (ver Gráfico 4).

**Gráfico 4: Tipo de relações estabelecidas com os moradores locais**



**Fonte:** Pesquisa de campo realizada no Polo Costa Dunas (Janeiro de 2012)

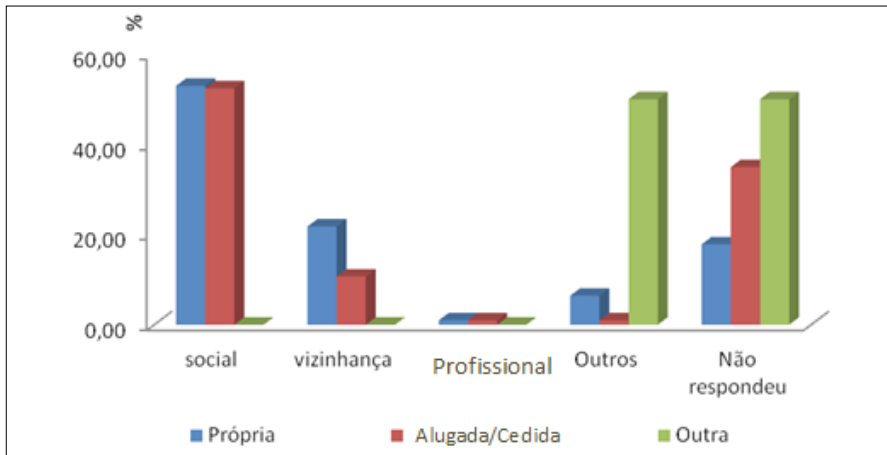
Os usuários-proprietários também estabelecem relações com outros veranistas, sendo confirmado por 78,22% dos respondentes. As principais relações são de ordem “social” (52,97%) e de “vizinhança” (21,78%) (ver Gráfico 5).

Atividades como reuniões familiares, pescaria, praia, surf, velejar, fazer caminhadas em trilhas, entre outras, fazem parte da agenda de lazer e, constituem um dos principais itens afetivos e familiares a ser considerados em relação à satisfação dos moradores com o lugar.

No período de permanência, os moradores de segunda residência, intensificam o contato com a natureza, estabelecem novos laços sociais e reafirmam as relações familiares. Esta última remete a um *ethos* arraigado a cultura brasileira, particularmente nordestina, onde os valores familiares ainda são fundamentais na formação dos laços afetivos e sociais.

No mundo moderno onde o individualismo contribuiu para o distanciamento das relações familiares, a segunda residência surge na contramão desse movimento caracterizando-se como um momento de encontro e pausa do cotidiano. Desse modo, a segunda residência como local de encontro confere um caráter de pertença e identificação com o lugar.

**Gráfico 5: Relações estabelecidas com outros usuarios de segundas residências**



Fonte: Pesquisa de campo realizada no Polo Costa Dunas (Janeiro de 2012)

### 6. Considerações Finais

A relação estreita entre o turismo e o fenômeno da segunda residência gerou um equívoco fundamental, que foi a consideração por parte da literatura acadêmica da existência de um novo tipo de turismo, o conhecido como “turismo residencial ou “turismo de segunda residência”.

Conforme posto no artigo, encontra-se duas observações fundamentais no que se refere à refutação dessa hipótese: a primeira refere-se à finalidade do uso da segunda residência; e a segunda refere-se ao vínculo específico que o usuário proprietário estabelece com o lugar de visitação temporária. Neste sentido, verifica-se que: 1) a residência secundária possui diferentes usos, que não somente ligados ao turismo, como os usos para fins de trabalho; e 2) o usuário da segunda residência possui um vínculo com o lugar, seja este territorial, afetivo ou social.

Esta constata o permite aferir que a segunda residência não é um alojamento turístico *per se*. Entretanto, pode assumir a fun o de alojamento turístico, desde que seja ocupada por um turista. Observa o que nos leva a fazer outra: o usuário da residência secundária somente é um turista quando não possui a posse do imóvel (propriedade e/ou alugada), o que indica a falta de vínculo territorial e consequentemente o caracteriza como um turista.

Consoante a isso e procurando clarificar essa rela o, buscou-se no presente artigo abordar o aspecto da cria o dos vínculos identitários dos usuários de segunda residência com rela o   falta de vínculo dos turistas. Neste sentido, o objetivo do presente artigo foi traçar o perfil dos usuários de segunda residência no Pólo Costa das Dunas e analisar o vínculo que estabelecem com o lugar que visitam regularmente para fins de lazer.

Os usuários de segundas residências apresentam o seguintes perfil: possuem idade média e elevada, a maioria   constituído de aposentados, funcionários públicos ou profissionais liberais, são casados e com filhos, possuem uma renda média e metade dos respondentes tem escolaridade superior.

Com rela o ao vínculo, percebe-se uma forte predominância da valora o referente à residência secundária como propiciadora da reunião familiar. Esse tipo de imóvel também propicia, segundo a pesquisa, o descanso e a prática de atividades tidas como mais “tranquilas”, como, caminhadas e banhos de mar. Sendo estas localidades apreciadas pelos usuários, por proporcionar, entre muitas outras coisas, um clima agradável, e passeios/entretenimentos interessantes.

No caso específico do Polo Costa das Dunas, percebe-se que a pretensão de reunir a família e a busca de um maior contato com a natureza estão entre os principais valores atribuídos para as localidades de segunda residência, e são neste sentido, propiciadoras de novas rela es identitárias com o lugar.

A transposi o do modelo ibérico para o Nordeste brasileiro na última década, baseado em grande parte na constru o de segundas residências para estrangeiros em condomínios fechados, se constitui em uma nova forma de urbaniza o até então não manifestada nas áreas de lazer enfocadas no presente estudo. Possivelmente este modelo implicará em mudanças em rela o ao vínculo que estes estrangeiros estabelecerão com o lugar. Este se constitui em um tema para as próximas pesquisas.

## Bibliografia

- Assis, L. F.  
2009. "Segundas residencias y multiterritorialidad en el nordeste brasileño: el aumento del turismo residencial". In: Mazón, Tomás; Huete, Raquel; Mantecón, Alejandro. (Org.). Turismo, urbanización y estilos de vida: las nuevas formas de movilidad residencial. 1ed.Barcelona: Icaria, v. 1, p. 175-191.
- Benson, M.; O'reilly, K. (eds.)  
2009. "Lifestyle Migration. Expectations, Aspirations and Experiences". Farnham: Ashgate.,  
Colás, J. L.  
2003. "La residencia secundaria en España: estudio territorial de uso y tenencia". Barcelona, 440 pp. Tese (Doutorado em Geografia). Facultat de Filosofia i Lletres. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Cruz, R.C. A.  
2009. "Los nuevos escenarios del turismo residencial en Brasil: un análisis crítico". In: Tomás Mazón; Raquel Huete; Alejandro Mantecón. (Org.). Turismo, urbanización y estilos de vida: las nuevas formas de movilidad residencial. 1ed.Alicante: Icaria, v. 1, p. 161-174.
- IBGE.  
1991. "Sinopse preliminar do censo demográfico 1991". Rio de Janeiro. [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/sinopse\\_preliminar/Censo2000sinopse.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/sinopse_preliminar/Censo2000sinopse.pdf). Acesso em maio de 2011.
- IBGE.  
2000. "Sinopse preliminar do censo demográfico 2000". [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/sinopse\\_preliminar/Censo2000sinopse.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/sinopse_preliminar/Censo2000sinopse.pdf)  
Acesso em maio de 2011.
- IBGE.  
2010. "Sinopse preliminar do censo demográfico 2010". <http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse>. Acesso em maio de 2011.
- Fonseca, M. A. P.; Lima, R. M. M.  
2012. "A segunda residência no contexto da atividade turística. Quando estamos falando de um alojamento turístico?". In. Fonseca, M. A. P (Org.). Segunda residencia, lazer e turismo. Natal: EDUFRN.
- Fonseca, M. A. P.; Silva, K. O.  
2012. "Origem e evolução das segundas residências no Polo Costa das Dunas/RN". In Fonseca, M. A. P (Org.). Segunda residencia, lazer e turismo. Natal: Edufrn.
- González, R.; Mantecón, A.  
2014. "Turismo y negocio inmobiliario: la crisis de un modelo de Desarrollo. Tres casos de estudio de Canada, Argentina y España". VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística, Neuquén. Hiernaux-Nicolas, D.
2005. "La promoción inmobiliaria y el turismo residencial: el caso mexicano". In Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, vol. IX, nº 194(05), ago.
- Huete, R.; Mantecón, A.  
2010. "Los límites entre el turismo y la migración residencial. Una tipología". Papers, 2010, 95/3, 781-801.
- Janoschka, M.  
2011. "Imaginaris del turismo residencial en Costa Rica. Negociaciones de pertenencia y apropiación simbólica de espacios y lugares: una relación conflictiva". In Mazon, T., Huete, R. y A. Mantecon. *Construir una nueva vida. Los espacios del turismo y la migración residencial*. Santander: Milrazones, p. 81-102.
- Janoschka, M.  
2013. "Nuevas Geografías Migratorias en América Latina: Prácticas de Ciudadanía en Un Destino de Turismo Residencial". *Scripta Nova: Revista Electrónica de Geografía Y Ciencias Sociales*, Vol. Xvii, Núm. 439, 20 De Mayo De 2013.
- Mateu i Ladó, J.  
2003. "Turismo residencial y dispersión urbana em Mallorca (Illes Balears)". Um ensayo metodológico en el municipio de Pollença. In Estudios Turísticos, nº 155-156, pp. 197-218.
- Sánchez, J.  
1991. "Espacio, economía y sociedad". Madri: Siglo Veintiuno Editores.
- Tulik, O.  
2001. "Turismo e meios de hospedagem". Casas de temporada. São Paulo: Roca.

**Nota:** Este trabalho foi financiado com recursos do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq/Brasil.

*Recibido:* 29/08/2014  
*Reenviado:* 04/12/2015  
*Aceptado:* 21/02/2016  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*

## Mundial FIFA 2014 en San Paulo y sus impactos: estádio arena Corinthians como equipamiento de ocio

**Caroline Lopes de Paula\* Ricardo Ricci Uvinha\*\***

Universidade de São Paulo (Brasil)

---

**Resumen:** Se estimó que el Mundial de Fútbol de la FIFA en 2014 en Brasil debería agregar 183,2 billones de reales al (PIB) brasileño hasta 2019, de los cuales 47,5 billones de reales se invertirían en infraestructura, costos incrementales de los turistas e incremento en el consumo de las familias. Doce ciudades-sede fueron elegidas para el evento, entre ellas San Paulo. A propósito de este cuadro se preguntó cuáles son los reales impactos para el sector del ocio y del turismo a partir del acontecimiento del Mundial 2014 en la ciudad de San Paulo, al respecto de los legados del estadio como un potencial equipamiento de ocio y sus reales contribuciones para el desarrollo para población local. El procedimiento metodológico fue realizado por investigación cualitativa exploratoria. El proyecto resultó en abordaje temático de sectores del ocio/ turismo, que por método presentado exploraron datos relativos al desarrollo del segmento temático de eventos.

**Palavras Clave:** Mundial de Fútbol FIFA 2014; Ciudad de San Paulo; Impactos de eventos a gran escala; Turismo y ocio.

---

### **FIFA World Cup 2014 in São Paulo and your heritage: stadium Corinthians as equipment of leisure**

**Abstract:** It was estimated that the FIFA World Cup in Brazil in 2014 should add 183,2 billion reais to the (GDP) until 2019, from which 47,5 billion reais would go to infrastructure, incremental expenses of tourists and gain in the families' consuming. Twelve host cities were chosen for the event, including São Paulo. "Having such picture in mind, the real impacts to leisure and tourism segments after holding the FIFA World Cup 2014 in the City of São Paulo have been questioned, particularly focusing on the heritage originated from this Arena as a potential leisure asset and its real contributions for the local population development. The methodological procedures were held by means of qualitative research with exploitative character. This present project has resulted from a thematic approach towards leisure and tourism segments, which by means of the method presented exploited the data regarding the development of the thematic segment to mega events.

**Keywords:** FIFA World Cup 2014; City of São Paulo; heritage of mega events; Turismo and leisure.

---

### **1. Introducción**

Los eventos deportivos a gran escala ganaron notoriedad en el escenario Brasileño. La concepción sobre los reales impactos que este evento puede proporcionar es contradictoria y traen reflexión e indagaciones desde las informaciones disponibles. Por cierto un amplio número de posible abordajes, se delimitó como problema: ¿de qué manera el nuevo estadio Arena Itaquera (conocido como "Itaquerao") puede impactar la población local mientras sea un equipamiento de actividades de ocio?

---

\* Actuó con beca de la Pro Rectoría de Graduación en La Universidad de San Paulo - EACH/USP y actualmente es parte del Grupo Interdisciplinar de Estudios de Ocio de la Universidad de San Paulo - GIEL/USP/CNPq; E-mail: caroline.lopes.paula@gmail.com

\*\* Maestro Libre-docente y mentor credenciado en el Programa de Pos-grado en Turismo de la Universidad de San Paulo - USP. Actúa como líder del Grupo Interdisciplinar de Estudios de ocio de la Universidad de San Paulo.; E-mail: uvinha@usp.br

El objetivo fue cuestionar cuales son los posibles legados del estadio como un potencial equipamiento de ocio y sus reales contribuciones para el desarrollo para población local.

El presente estudio contribuye para los temas del área del ocio y del turismo. Así pues, este trabajo puede ayudar en los contenidos desarrollados en la carrera de Licenciatura en Ocio y Turismo de Escuela de Artes Ciencias y Humanidades de la Universidad de San Paulo. De hecho, que esa investigación fue concebida antes de la realización del Mundial de Fútbol 2014 ella puede ser un material de referencia y apoyo para futuros estudios e investigaciones pos evento.

En lo que se dice respecto del Mundial de la FIFA Fédération Internationale de Football Association, allá de ser un evento a gran escala y representar interés para grupos específicos, es un evento que carga significados para la sociedad brasileña. Siendo que Brasil tiene como elemento cultural la práctica futbolística. Por lo tanto, este estudio direcciona tales cuestiones en las partes que se siguen.

## 2. Marco Teórico Fútbol como expresión de cultura en Brasil

El Mundial de Fútbol FIFA (Fédération Internationale de Football Association) para lo brasileño puede representar una gran realización, pues el fútbol es un patrimonio cultural del Brasil. Esta parte presenta apuntamientos sobre el tema relativo al Fútbol y Brasil que será tratado con énfasis. Mientras tanto, acoger un evento a gran escala es un desafío entre el Deporte, Política, Cultura y la Economía.

El presente momento, se puede conferir la relevancia que el fútbol tiene en el país, está el primer lugar en que se dice respecto a la pasión nacional. Dicho eso, sigue algunos apuntamientos teóricos sobre el fútbol en la coyuntura brasileña de acuerdo con los pensamientos de algunos autores.

En relación el Mundial de Fútbol FIFA, fútbol es una gran modalidad deportiva que permea la concepción de identidad brasileña, en lo cual muchos brasileños sostienen la idea de perteneciente. No es necesario indagaciones y no hay contradicciones, para fijarse que el fútbol tiene espacio notorio en el mundo contemporáneo.

En todos los continentes, el deporte estimula directa o indirectamente muchas personas. Con un bagaje de estos significados, moviliza a través de la emoción todavía siempre personas más. El reconocimiento que es fácil de ser notado y siempre repetido es: el fútbol es el acontecimiento cultural más propagado en el mundo actual y no importando la manera, el fútbol tiene un contraste con su aparente simplicidad y tiene un esencia holística (Franco Júnior, 2007).

Por consiguiente, se puede decir que el fútbol es un resultado de la sociedad industrial, el fútbol de la modernidad construye un imagen de la sociedad a través de como ella funciona, de sus dificultades, de sus contrastes y expectativas. Entonces Costa, (2005) dice que no se puede discutir la capacidad que ese deporte tiene de contornear los valores sociales hasta en la construcción lógica de los gobernantes.

Paralelamente se hace necesario relatar las especulaciones que gira alrededor de la historia del fútbol. En resumen, los autores presentan versiones similares cuanto a los primordios de lo que muchos años después volverse el fútbol que la actual sociedad conoce.

Franco (2007) y Nogueira (2006), establecen el supuesto de que hace 3000 años a.C., en China había algunas manifestaciones de una práctica, de impulsar con el pie una esfera en dirección a la otra esfera rumbo a una especie de meta. El fútbol era practicado (una primera versión) en muchos lugares y tiempos. En china también había una práctica de golpes con los pies de cráneos de enemigos y después fue sustituido por pelotas de cuero que eran golpeadas por soldados entre estacas fijadas en suelo. Ya en Grecia antes de Cristo, Homero, escribe la existencia de deportes con pelota, era practicado por dos equipos de nueve jugadores.

Mientras tanto, Franco fija que es imposible trazar una línea continua referente a esas especulaciones históricas, entre la manera más antigua y nueva de jugarse pelota con los pies. Además el fútbol de acontecimiento actual nació en cuna inglesa. Él relata igualmente como los otros autores, aun el autor comenta sobre fútbol como paralelo al fenómeno de la Revolución Industrial.

“Surgió paralelamente en el imperio británico, por décadas el fútbol tuvo su destino conectado a de él. De 1848, fecha la primera uniformización de reglas, hasta 1912, cerró de diversas e importantes adaptaciones, el fútbol fue típico representante de aquella cultura. No es casual que la Inglaterra fue la cuna de la Revolución Industrial y del fútbol. Los dos fenómenos se basa y competencias, productividad, secularización de funciones, cuantificación de resultados, fijación de reglas (Franco, 2007: 23-25)”.

El fútbol tiene origen en la Inglaterra, y llegó al Brasil en fines del siglo XIX, pero se propagó en un limitado tiempo (Daolio, 2005). El fútbol en Brasil tiene como característica, la habilidad y la creatividad de los propios jugadores, la manera de jugar de brasileño es debido la influencia que el



deporte presenta en la sociedad. Dentro de la perspectiva cultural del Brasil, la calle ejerció un espacio de aprendizaje del fútbol.

Con la introducción de este deporte en Brasil, quedó reconocido como el mayor resultado social y muestra una identificación con el país. Así es formada una construcción histórica, nacida a partir de los acontecimientos de la política y economía del Brasil, el fútbol puede explicar mucho la historia del Brasil. Primordialmente el deporte apareció como actividad ejercida por la elite, y jugado por aristócratas e inversionistas europeos, negros y operarios solo tuvieron oportunidad en los campos cuando exigidos por equipos de blancos.

Con el reconocimiento por mayoría, el fútbol se volvió importante para la política, ayudó el poder político e ideológico a ser reproducido dentro de los campos de fútbol. El fascismo y Mundial en Italia en 1934 es un ejemplo. En 1950 Brasil recibió por la primera vez el Mundial FIFA, así nació la expectativa de enseñar y probar que el país no era solo un lugar improductivo y musical. Por lo tanto, en la dictadura fue generada una apatía brasileña y surgieron movimientos cívicos, y en medio a este escenario, hasta mismo la administración del fútbol fue antidemocrática (Guterman, 2010).

El fútbol surgió en la Inglaterra y fue traído por Charles Miller al Brasil (así afirmado por la mayoría de los autores), mas en le fueran atribuidas características brasileñas y pasó a tener relación con la historia de la sociedad brasileña y con la política del país. Este deporte es un elemento que identifica la mayor parte de los brasileños, más allá de ser una práctica deportiva, es un componente de la cultura brasileña, estando conectado a sentimientos, como pasión y el perteneciente, o sea, está relacionado con cuestiones subjetivas, por hacer parte de la identidad y ser visto como un símbolo.

Allá de ser un deporte y favorecer una aptitud física y proporcionar ocio a los espectadores, el fútbol es un legado socio cultural brasileiro. Eso es decir que la realización de un evento a gran escala como el Mundial de Fútbol FIFA en Brasil tiene la posibilidad de estar íntimamente conectado al sentimiento de patriotismo. Así los impactos pueden ser analizados de acuerdo con los valores y significados de tales individuos, o sea, los propios brasileños.

De ahí, ese evento no proporciona solamente impactos positivos. También, se puntúa la posibilidad de realización de este evento con solo interés políticos y de forma a manipular la población.

Por ende, es necesario que la población haga parte hasta mismo de los procesos decisivos y de elección que lleva el país acoger las Competencias del Mundial. Los proyectos presentados para la elección también deberían no ser solo de acceso a los ciudadanos, pero ser realizado de manera participativa. De ese modo, de acuerdo con todos los puntos presentados, la consideración más relevante es que la población no tiene escoja sobre los impactos, sean esos positivos o negativos, ellas solo sufren impactos provocados por los eventos.

### 3. Impactos del Mundial de Fútbol 2014 en Brasil

Brasil acogió uno de los mayores eventos deportivo: El Mundial de la Fédération Internationale de Football Association (FIFA) en 2014 y acogerá los Juegos Olímpicos de Verano en 2016. La ciudad de San Paulo específicamente recibió Mundial en la inauguración de la competencia.

Los eventos a gran escala representan grandes desafíos al país y las ciudades sede de la Copa. Bien como la preparación/organización, aplicación e inversión en infraestructura, y todavía presenta la discusión sobre de los impactos derivados de eventos a gran eventos, entre otros puntos. Que fueron abordados a lo largo del presente estudio.

Tales eventos llevan gran expresión, presenta grandiosidad y son resultados de grandes inversiones. Y están íntimamente conectados a los negocios y al mercado. Por eso muchos autores especulan y presentan variados puntos referentes a los eventos.

En realidad es posible observar en el día a día brasileño que el evento a gran escala fue reconocido a través de los medios de comunicación de masa con discursos políticos y en pláticas informales. Ese término fue incorporado en los discursos al respecto del Mundial de la FIFA, como “prueba” del poder emergente de Brasil (Tavares, 2011).

Pero para trazar una definición y entender el concepto de Evento deportivo, a gran escala Tavares aún define que: “Un abordaje deductiva a partir del que ha sido publicado en los medios de comunicación en general indica que ha sido llamados de *mega eventos deportivos* competencias internacionales que reúnen un número de atletas que logran millares en un espacio de tiempo de un mes, el máximo, con potencial de impacto en diferentes sectores de la sociedad que lleva significativa carga simbólica (Tavares, 2011: 16)”.

En otras palabras, un evento deportivo a gran escala allá de representar impactos en diversos sectores, lo lleva por sí propio un bagaje de símbolos. Y presenta grandes significados para la sociedad. Mientras tanto, antes de la realización de tales eventos, las ciudades presentan proyectos para recibir las competencias, pues ellas ocupan remodelarse.

Siguiendo el mismo pensamiento Bienstinen, Mascarenhas y Sánchez, (2011) afirman que para lograr el derecho de participación en los referidos eventos, las ciudades y países se sostienen en la construcción de proyectos fabulosos. Pero, a veces esas propuestas gubernamentales, pueden ser solo para la promoción de las relaciones públicas e internacionales, usadas para afirmar delante del mundo que el país puede responsabilizarse con la organización de los eventos y para crear una moral nacional delante de las otras naciones.

Por la misma razón, Preuss (2007) piensa que las ciudades que se candidata a acoger los juegos presentan promesas de inversiones para potencializar su gobierno. El autor establece los principales grupos interesados en recibir un evento a gran escala de acuerdo con (*Figura 1*), pues para este pueden representar oportunidades de lucro e impactos positivos.

**Figura 1: Grupos de Interés a eventos a gran escala**

<b>Gobiernos Locales</b>	Valoran los partidos para tres áreas específicamente: relaciones internacionales, relaciones públicas y la moral nacional.
<b>Políticos de Ciudad- sede</b>	Tiene como objetivo aumentar el turismo en general, congresos y convenciones de negocios.
<b>Industrias Empleiteras</b>	Se Benefician por la construcción de infraestructura e instalaciones.
<b>Redes de televisión</b>	No tiene como objetivo solo transmitir los partidos, ellos enriquecen a través de comerciales y los partidos pueden ser transmitidos en horarios de Importancia en la rede.

Fuente: Adaptado de Preuss (2007)

Los *gobiernos locales* están preocupados particularmente con las relaciones sociales, la relaciones públicas y la moral del País; los *Políticos de las ciudades-sede* desean estimular la economía local, aumentar la actividad turística y eventos relacionados a negocios; el grupo representado por las *industrias empleiteras* lucra a través de las construcciones de la infraestructura y miran los eventos como una oportunidad de promocionar su imagen y crear *networking*; por fin las *redes televisivas* se interesan no solamente con la transmisión de los juegos, pero quieren lucrar a partir de la venta de comerciales, y con exhibición de los partidos en horarios nobles.

Se observa que este conjunto de acontecimientos hace con que el Mundial FIFA y los juegos Olímpicos, cargan inversiones financieras e interés, que solamente con la realización de estos grandes eventos son alcanzables.

Y para organización de tal evento es necesario la implicación del sector público; los procesos decisivos y de control social; los instrumentos de adhesión social a los eventos; y estrategias territoriales adoptadas en las iniciativas (Bienstinen, Mascarenhas, Sánchez, 2011)

El país se afronta con responsabilidad de realizar múltiples obras, para abrigar la gran demanda de tales eventos. Con eso Brasil viene desarrollando proyectos de emprendimientos y servicios. Para tanto fue organizada una subcomisión con el propósito de fiscalizar financieramente y controlar los recursos destinados a Mundial FIFA y las Olimpiadas de 2016. En lo relatorio presentado por esta comisión está destacada una relevante pregunta, con puntos que enseña los desafíos y responsabilidades en la organización de un *mega evento*:

“Cual la contribución que la inversión pública a ser realizado dejará para la movilidad urbana, saneamiento público, la seguridad pública, el transporte de ferro-carril, infraestructura aeroportuaria, logística, el medio ambiente, sustentabilidad, la generación de empleo y salarios, la captación de nuevos negocios, internalización de nuevo dinero, expansión sostenida de la demanda turística internacional, el desarrollo económico- social ? (Brasil, 2010: 39)”

Analizando allá de la complejidad de la organización para un evento a grande escala y la su realización, los grandes eventos deportivos producen legados e impactos. Pensar a respecto de la importancia de los impactos de eventos a gran escala, también trae la cuestión de pensar sobre el proyecto de la ciudad que se desea construir. Reis (2010) constata que no se debe solo tratar el impacto de infraestructura, aun que sea de equipamientos culturales de movilidad, pero sí de una red de instituciones y de la dedicación de una sociedad en su propia ciudad para el fortalecimiento de la cultura como instrumento de transformación del escenario urbano.

Del mismo modo, se pone la posibilidad de planificación de los posibles impactos que puede ser ocasionado por evento. Deberás posible la conexión del impacto con la idea de sustentabilidad para que la producción de nuevas estructuras no ponga en riesgo la población local y las siguientes generaciones. Tavares especula que: “El impacto puede ser controlado y medido, el legado puede ser planeado. Así, el legado se relaciona a las ideas de desarrollo sustentable y de sustentabilidad a la condición de producción de bienes y recursos para una generación sin que esto amenace las condiciones de existencias de la generación que sigue (2011:78)”

Naturalmente, tales eventos producen legados. Los legados positivos pueden ser: producción de infraestructura; beneficios a grupos de interés; generación de empleos; nuevos valores sumados al Producto Interno Bruto (PIB); el aumento de la demanda turística, mejora del imagen del país y trae orgullo e involucra la población. Otro punto positivo de acuerdo con (Silva, 2007) es que un *mega evento* involucra toda la ciudad, puede servir de estímulo a los jóvenes y proporciona una mayor presencia en el deporte, lo que puede cambiar y mejorar la realidad de los países en desarrollo y con relevancia en Brasil. Se apunta como posibles legados positivos (*Figura 2*).

**Figura 2: Impactos positivos de eventos a gran escala**

<b>a) Impactos de evento</b>	Construcciones deportivas, estadios, arenas y otros equipamientos.
<b>b) Impactos de la candidatura de evento</b>	Proceso, organización de evento, planificación y proyectos.
<b>c) Impactos de imagen del Brasil</b>	El país se vuelve más conocido en el panorama internacional.
<b>d) Impactos de gobierno</b>	Planificación participativa, parceria del sector público y el sector privado.
<b>e) Impactos de conocimiento</b>	Entrenamiento y capacitación profesional.

Fuente: Adaptado de Tavares (2011)

No obstante, Preuss (2007) establece tres implicaciones sociales negativas en acoger eventos a gran escala: la transformación de espacios públicos en espacios privados; un desplazamiento de una vecindad y un ennoblecimiento. La primera implicación explica que la planificación de uso del área con frecuencia altera la equidad entre espacio público y privado, y el acceso al espacio público de algunos grupos. Las nuevas instalaciones urbanas excluyen grupos menos abastados por costos de los atractivos de ocio y son marginalizados.

El desplazamiento de una vecindad es provocado por las construcciones de nuevas áreas deportivas donde eran las áreas residenciales pobres. La población que anteriormente ocupaba esos lugares pierde su ambiente social. Y como oportunidad de quitar del área: marginalizados, como prostitutas, vendedores ambulantes y personas que viven en la calle. Y por fin, recibir un evento a gran escala puede marginalizar otros proyectos, un evento como este tiene objetivo y benefician pocos ganadores que pueden ser alcanzados.

Por esas razones, los países que cedían mega eventos presentan impactos en que los cuales no benefician la mayor parte de la población y puede impactar negativamente a grupos menores y des privilegiados, presentando un alto costo de oportunidad, que se refiere al enfrentamiento de escoja confrontantes en acoger eventos a gran escala. (Preuss, 2007) explica que los costos de oportunidades son más altos para países que los impactos no es beneficios a todos los grupos sociales. De esa manera, la preparación del evento puede paralizar el desarrollo de la ciudad y de proyectos que estarían conectados a la necesidad de la población.

Cuando hay enfrentamiento de escoja, surgen preguntas, como por ejemplo: ¿Deberás que el dinero que está siendo invertido para la realización del Mundial de Fútbol FIFA no podría ser invertido en salud pública, educación y mejoras urbanas? Madruga, (2008: 62) argumenta que:

“Respuestas a esas preguntas no son tan sencilla en una primera proximidad. Y para argumentar hay mucho que ahondar en la comprensión de los eventos deportivos a gran escala y sus legados. Por supuesto, vale la pena recibir eventos como los Juegos Olímpicos, El Mundial de Fútbol, que se perfilan, reconocidos, entre los mayores acontecimientos de la humanidad. Tales eventos presuponen enorme regreso económico, social y de imagen global de largo plazo. En principio, la realidad aquí puesta nos lleva a creer que si no hubiera los partidos, difícilmente ese dinero sería destinado para la educación, el transporte, la salud o saneamiento, pues el gobierno trabaja con planificaciones plurianuales, de acuerdo con su prioridades, establecidas a partir de políticas públicas y planos de acción de ahí decurrentes. A esta condición, los economistas dan a denominación de ‘costo de oportunidad’”.

Más allá, la población pobre es más susceptible al ser olvidadas y no tienen la capacidad de direccionar los objetivos de los eventos para su beneficio. Y los eventos pueden crear problemas en la población local, como la súper capacidad, congestiónamiento y trastorno en la manera de vida de la sociedad. Pero también, pocos ciudadanos de las ciudades-sede de las competencias tienen acceso a los partidos promovidos, a la población más pobre no tienen participación accesible en los estadios.

#### 4. Metodología

El procedimiento metodológico fue realizado a través de un estudio exploratorio, de naturaleza cualitativa. Para tanto, se basa en la lectura que trazó conceptos y visiones de las referencias bibliográficas sobre los impactos de eventos a gran escala o mega eventos deportivos.

La aproximación cualitativa involucra informaciones de grupos de individuos que en este estudio reúne informaciones de un grupo que está alrededor de un nuevo equipamiento. Uno de los métodos usados puede ser la observación participante. De acuerdo con Veal (2011: 76): “El abordaje cualitativa de la investigación normalmente no se preocupa con números. Por lo tanto, se hizo una coleta de una grande cantidad de informaciones sobre un pequeño número de personas a través de una observación participante.

La investigación cualitativa es usada cuando las informaciones que se tiene en manos son pocas, mas agrega muchos detalles y su descripción no es usada como datos estadísticos. Este estudio tiene carácter de investigación cualitativa y se basa en la propia información.

El objeto de estudio son los residentes de alrededor del estadio Arena Itaquera ubicado en el Barrio de Itaquera en la Parte Este de la ciudad de San Paulo. El sitio de estudio fue la región circundante al estadio Arena Itaquera en diferentes locales, fueron hechas 15 visitas a la región pues hubo una relación con el grupo. Las cinco primeras visitas fueron para reconocer la área a ser estudiada y también para reconocer y identificar los posibles entrevistados y sus características.

Respecto a investigación de campo, es necesario construir una relación con la comunidad que será investigada, para esto, Schlüter (2003) constata que es necesario hacer una preparación del grupo y percibir cuales las características que serán estudiadas. Es muy importante saber realizar las preguntas, pues ellas no pueden parecer tan obvias a los individuos. Fue construido un contacto anterior con líderes que representa aquella comunidad, para mostrar el motivo por el cual está siendo realizado tal estudio.

Las entrevistas fueron previamente puestas de acuerdo y realizadas en diferentes locales. Fueron realizadas inúmeras visitas al Barrio antes de identificar entrevistados. Una de las entrevistas fue realizada en la construcción del estadio a los ruidos de las obras, otras en la estación del metro Itaquera; en casa de residentes circundantes del estadio; en citas del Comité Popular del Mundial y al sonido del samba *enredo* ( que abordó tema del Mundial FIFA 2014 ) en la escuela de Samba Leandro de Itaquera.

Por lo tanto, fueron estudiadas muestras fundamentadas e intencionales, que proporcionarán una selección no ocasional de algunos individuos que se consideran representativos para lo problema estudiado (Schlüter,2003).

Siete residentes circundantes del estadio de Itaquera hicieron parte de la muestra. Allí, también hizo parte de la amuestra el gestor responsable por la construcción del Estadio Arena Itaquera y 1 líder informal y 1 líder formal, faltando solamente un representante del Comité Organizador Local, que no contestó a ningún tipo de contacto. Estos representaron personalidades importantes para la investigación de este trabajo, totalizando 9 personas entrevistadas. La muestra fue definida de manera

“intencional” y “fundamentada”, pues fueron seleccionados sujetos que se consideran importantes para la investigación.

Es relevante resaltar que, fue realizado un contacto previo y un involucramiento con los residentes antes de la coleta de los datos. Como instrumentos de investigación, el estudio utilizó para tales registros cuaderno de notas, grabador y cámara fotográfica.

Tomando por base el método presentado por Veal (2011), la observación participante fue realizada. Ese tipo de observación consiste en una convivencia con el grupo. Para este estudio, las informaciones y observaciones fueron colectadas a través de entrevistas semi-estructuradas. De acuerdo con la propuesta de la autora, la entrevista fue guiada por un itinerario de tópicos.

Las entrevistas fueron realizadas a partir de cuatro categorías en cada categoría fue hecha una pregunta: **Categoría 1-** Distribución de equipamientos de ocio en la Zona este de la Ciudad de São Paulo. Pregunta: *¿Lo que usted sabe sobre la distribución de equipamientos de ocio en la Región este de la Ciudad de San Paulo?* **Categoría 2-** Impactos de Mega eventos deportivos Pregunta: *¿Cuales son los posibles legados que el Mundial de Futbol FIFA 2014 puede proporcionar a la región Este y al Barrio de Itaquera?* **Categoría3-** Participación en el evento. Pregunta: *¿Usted cree que la población de Itaquera tendrá una activa participación en el Mundial de Futbol FIFA2014? Por qué?* **Categoría4-** Impactos de la construcción. Pregunta: *¿Usted cree que una nueva construcción, como el estadio Arena Itaquera, conocido como “Itaquerão” trajo impactos a la población de Itaquera? Cuales fueron esos impactos?*

## 5. Resultados

Tomando por base las respuestas obtenidas a través de grabaciones y apuntes de las entrevistas, para el análisis fue considerada la pertinencia de los datos, se estos conduce al objetivo de esto estudio.

## 6. Distribución de equipamientos de ocio en la región este de la Ciudad de São Paulo

En vista la construcción del Estadio Arena São Paulo (Arena Itaquera, Itaquerão), como un nuevo equipamiento de ocio, que se agregó a otros existentes en el barrio. En la primera categoría de la entrevista, donde se hizo una pregunta sobre el conocimiento de equipamientos en la región este (de acuerdo con las preguntas presentadas en la metodología) tiene un número razonable de equipamientos de ocio, pero en su mayoría no tiene una política de uso público eficaz, por lo que se puede notar en los datos, los equipamientos no sirve todos los interés del ocio. En los fragmentos a seguir demuestran esas conclusiones:

*“Bueno, la distribución de equipamientos en la región este de San Paulo es precaria como todo barrio lejano al centro expandido, nos barrios llamados de periféricos hay centro deportivos totalmente precarios, de educación y de residencia.”* Persona E.

Como mencionados y más conocidos son: el Parque do Carmo y el Sesc Itaquera (Servicio Social del Comercio), lo segundo es lo único equipamiento que atiende todos los interés del ocio en la región. Se Percebe todavía que algunas obras y construcciones en el Barrio están mejorando y muchas fueron hechas en una mayor velocidad por cuenta del cercamiento del evento. Por lo tanto, muchos residentes buscan por vivencias del ocio en otras regiones de la ciudad y regresan para el barrio solo para utilizarlo como dormitorio, no aprovechando así el potencial de ocio de su propia localidad.

*“Hay el parque do Carmo que es un gran parque en esta región y tiene sus debidas proporciones como el parque Ibirapuera para las personas de la región sur, ese parque en los fines de semana está lleno de gente, hay el parque linear verde (que está en el proyecto que se llama Proyecto del polo de desarrollo de Itaquera), que ya existe y falta terminarlo y ahora va a ser ampliado , donde la comunidad local ya utiliza las instalaciones y ya existe es el parque Ceret [...] lo que hay en otras regiones de la ciudad aquí hay también pero con un poco de carencia que ahora está mejorando y construyendo en una velocidad más grande”. Persona C*

Por lo tanto no es posible asegurar que el estadio será un equipamiento de ocio popular si la propia población tendrá acceso al estadio como un centro deportivo.

Porque la razón para la construcción de ese equipamiento fue exclusivamente para servir la FIFA y a un evento a gran escala deportivo que es el Mundial de Fútbol. Es de necesidad en primero momento una inversión de un grande centro deportivo en la región de la parte Este y posterior pondría servir para el Mundial.

## 7. Impactos de Mega eventos deportivos

La segunda categoría trabajó la cuestión de los posibles legados para la población circundante a Estadio Arena San Paulo. Se observa como posibles impactos con impactos negativos: la remoción de familias; la especulación inmobiliaria; apenas 16 de 53 obras de movilidad urbana prometidas fueron realizadas; y la muerte de operarios con obras pendiente solo algunos meses del evento:

*“Bueno, el primer legado del Mundial es la remoción de 4500 familias, especialmente en la comunidad de la Paz donde vive cerca de 300 familias vive alrededor del estadio hay más de 22 años y el primer legado es la expulsión de la población pobre del barrio para que haya la sustitución de esa población por una camada más rica de clase rica, es el proceso de gentrificación, sustituir la población de comunidad en proceso de especulación inmobiliaria urbana que va beneficiar los sectores constructivos y inmobiliario”.* Persona H

Os impactos negativos también se consubstancian en el hecho que las personas que son menos privilegiadas deben beneficiar poco de este evento. Por ejemplo, fue verificado en la Comunidad Paz, circundante al estadio Arena Corinthians, viven cerca de 300 familias aproximadamente un kilómetro del estadio con amenaza de remoción hace años. Tal comunidad, unas de las cinco que debe ser directamente impactadas por el Mundial 2014, vive actualmente amenazada por cuenta de las obras de este evento que cambió y todavía está cambiando y formando el paisaje alrededor del referido estadio.

Parece haber consenso tanto en lo censo común como en la academia que el Mundial de Fútbol 2014 trajo retorno financiero directo para organismos internacionales proponentes del evento, como FIFA y sus patrocinadores. En ese escenario, solo una parte de todo dinero resultante del evento es invertido en el país ya que el costo de la infraestructura es de responsabilidad del gobierno del país sede con millones de reales gastos para la candidatura y recibimiento de los partidos.

La población brasileña demostró una explícita discordancia con los gastos exorbitantes en tal evento. Desde las manifestaciones de junio de 2013 en diferentes ciudades brasileñas durante el mundial de Confederaciones hasta la investigación que destaca que para 55%(Data Folha, 2014) de la población El Mundial “Dará pérdidas al pueblo”.

Por otro lado, es también notorio que este evento agrega billones de reales a economía, aumentando el flujo del turismo internacional y doméstico y valorando áreas que eran desvaloradas, colaborando para la imagen del país en el exterior. Acoger así tal evento es un desafío que transciende el motivo deportivo.

*“A las personas le gustan hablar de los legados positivos, entonces por ejemplo el estadio del Corinthians está en el Polo del desarrollo de Itaquera que son diversas obras que el gobierno de la ciudad y del estado están haciendo en esta región.”* Persona B

Por fin en base en los datos que los impactos no pueden ser limitados sin su estructura física, ya que un evento de tal porte debería producir una amplia red de posibilidades con objetivo de fortalecer la cultura local colaborando para la transformación de la ciudad.

## 8. Participación de los residentes en el evento

Otra categoría, muy importante para este trabajo, fue con relación la participación de los residentes de Itaquera y de la Zona Este en la realización de este evento. Se percibió apenas una real participación de la comunidad estudiada en las diferentes manifestaciones anti-Copa que tomaron las calles de la ciudad de San Paulo.

La población de Itaquera juntamente con el Comité Popular del Mundial se movió contra la realización del evento, a través de un manifiesto llamado “¿Mundial para quién? ¿Copa para quem?” Ese manifiesto

se hizo en citas, actividades, manifestaciones discusiones sobre el Mundial, y todo en que tange la población que fue escenario de este evento y sufre impactos negativos como sécuela:

*“No, ninguna participación, no podemos escoger ni el lugar en podemos nos quedar, el gobierno llevo y pego un papel en mi puerta de cada casa nos dando un plazo para salir. Queremos política pública no queremos especulación inmobiliario. No hubo participación, ¿yo escogí hacer el mundial aquí? ¿Yo vote para hacerlo en Itaquera? Votaron por nosotros no tuvimos participación en las decisiones, imagínate entonces comprar un boleto para ver el mundial”.* Persona I

*“Creo que no, es un valor limitado de ingresos [...] el valor está muy arriba de lo esperado... poquísimos brasileños tendrán accesos, no estoy hablando de los residentes de Itaquera, estoy hablando de los brasileños en general.”* Persona G

Se verificó, a partir de los sujetos de investigación, un carácter de exclusiva no solo en los planes decisorios, pero mientras en participación en el evento en si por la dificultad de acceso los boletos limitados e inaccesibles por el alto costo.

## 9. Impactos de la construcción

Respecto a los impactos de la construcción del estadio, se identifica grupos de interés como Industrias Empleiteras que lucran por medio de obras de infraestructura viendo los eventos a gran escala como una resaltada oportunidad de promocionar su imagen. Las 15 visitas que fueron las observaciones y otras entrevistas hechas para la presente investigación en el período de un año en el barrio de Itaquera implican que: el barrio se volvió rápido, ya donde existía terrenos vagos ahora residen construcciones como una FATEC (Facultad tecnológica), un nuevo Campus del SENAI (Servicio Nacional de la Industria), restaurantes y otros establecimientos comerciales recién-hechos, un nuevo terminal construido donde antaño había comercios populares, entre otros. Todas esas construcciones, así como las obras viarias, pertenecen al proyecto Polo de Desarrollo distrito de Itaquera.

Esta nueva coyuntura en la región se permitió ser reconocida por los sujetos entrevistados que resaltaron impactos positivos oriundos de este proceso: mejora de infraestructura viaria para los residentes de Itaquera, mayor visibilidad para el barrio “olvidado” de Zona Este de la capital; mayor flujo comercial para los comerciantes; casas más valoradas; obras de saneamiento básico; mejoras y construcciones de áreas de ocio; nuevos centros educacionales y generación de empleos.

No obstante, como posibles impactos negativos como los posibles legados de esta Copa figuran puntos relevantes: la transferencia de las comunidades de sus locales de origen, siendo desplazadas para nuevos locales lejanos de su antiguo barrio; privatización de locales; comercios desappropriados desmantelando la principal actividad de gano de la comunidad local.

*“Bueno las construcción del estadio ciertamente impulsiona de un eje de desarrollo inmobiliario en región Este de expansión que va a beneficiar grandes constructoras como la Odebrecht, a Andrade Gutierrez, Camargo Correia etc. De fato así[...] es un uso que será ‘elitizado’ porque es un precio absurdo de ingresos [...] pero, percibimos que la ocupación cayó 15% y la capacidad del estadio subió en 50%, entonces el futbol brasileño pasa por ese proceso de ‘elitización’ que genera impactos del tipo: tú eres ‘corinthiano’ y vivir en Itaquera y no puede asesar el estadio del futbol, que es un deporte popular. Ese tipo de impacto ciertamente ya está en curso siendo generado ahora claro, muchos residentes de la región trabaja en las obras y genera un impacto de regeneración de empleos temporario, é una construcción que acontece en do años en una velocidad absurda, y la prueba de esa prisa y urgencia fue la muerte de do trabajadores en la semana pasada, nosotros sabemos que las supuestas generación de empleo son temporarios, acabando las obras esas personas van quedar desempleadas nuevamente y la construcción es hecha de tal forma que genera riesgos e derrama sangre como es el padrón de la construcción civil brasileña, pero especialmente en las obras del mundial esa prisa y esa urgencia son características centrales”* Persona D

Son visibles los cambios en la localidad. Las entrevistas con los residentes y as visitas a campo posibilitó la percepción de tales hechos presentados. Los cambios que ocurrieron y todavía ocurren fueron comentados y cuestionados por los residentes y por los frecuentadores del barrio.

Por lo tanto, se nota el poder de un evento deportivo a gran escala y como puede cambiar y impactar localidades. Se nota que los legados de mega eventos deportivos son complejos y no se puede mensurarlos. Los impactos son confrontantes, pues al mismo tiempo en que la sociedad se beneficia con los eventos, otros proyectos son olvidados. Se percibe que, Brasil presenta un alto costo de oportunidad en ese escenario actual, debido a la desigualdad social que presenta.

## 10. Consideraciones Finales

Los eventos deportivos a gran escala son insignes en Brasil. Los impactos son cuestionables, y el país presenta una gran desigualdad social que implica en los posibles legados. Acoger un evento como tal magnitud es un grande desafío entre los sectores económico, cultural, político y, o obviamente, el sector deportivo.

La copa de Fútbol FIFA representa para lo brasileño un gran hecho, pues el fútbol es símbolo nacional. O sea, es decir que el acontecimiento de este evento puede estar conectado con sentimiento nacionalista. Por lo tanto, los impactos pueden ser evaluados de acuerdo con valores y significados diferentes desde de cada grupo de interés. Por ende, se hace necesario que la población participe de proceso que elige Brasil a concurrir como un país sede, y que lo ciudadano pondría tener acceso a proyectos y de discutir posibilidades.

Este estudio fue basado en la cuestión: Cuales son los posibles impactos para el sector del ocio y turismo a partir de la realización de la Copa Mundial de Fútbol FIFA 2014 en la ciudad de San Paulo, mas principalmente respecto a construcción de un nuevo estadio Arena São Paulo y sus posibles legados a población circundante a construcción?

Como toda la investigación científica cualitativa, nunca se alcanza resultados concretos, pero sí muchas cuestiones al respecto. Las respuestas son muchas para una única pregunta y todavía son subjetivas y pueden también presentar más indagaciones.

Conque, ese evento trae impactos significativos para el turismo, pero la actividad turística lleva por sí sola sus impactos. Referente al sector de ocio, el estadio es más un equipamiento de ocio, con la duda se es de acceso popular y como un centro polideportivo, al que indica el estadio fue proyectado para el uso exclusivo de fútbol, para conciertos y eventos.

Cuanto los posibles impactos para población que vive alrededor de estadio son impactos positivos: mejora de infraestructura viaria para los residentes de Itaquera, mayor visibilidad para el barrio periférico de la Zona Este de la Capital; mayor flujo comercial para los comerciantes; mejora y construcción de áreas de ocio y recreación; nuevos centros educacionales y generación de oportunidad de trabajo.

En oposición, como ya mencionado, los posibles impactos negativos son: el desplazamiento de familias y comunidades, que van vivir a una distancia muy significativa de su antiguo hogar, sin disfrutar de todos los beneficios nuevos; lugares públicos que se volvió privados; ennoblecimiento de áreas; casa des apropiadas para conceder lugar a terminales y obras del gobierno.

Para tanto, el estudio cumplió con sus objetivos; investigar los posibles impactos de la Copa de Fútbol FIFA 2014 en San Paulo, en especial respecto a población que vive alrededor de estadio Arena Itaquera. Mientras tanto faltó un sujeto de la muestra que no hizo parte de la colecta de datos, faltando saber la opinión del Comité Organizador Local. Así se necesita realización de futuras investigaciones que acreciente esta categoría en la muestra.

Por fin los análisis de los entrevistados y las visitas de campo, fueron significante para este estudio y su objetivo fue entendido, esa investigación trató aunque brevemente sobre un asunto muy polémico en actualidad. Trae una relevante discusión a temática de eventos a gran escala y se resalta la importancia de realizar investigaciones pos evento.

## 11. Agradecimientos

Agradecimiento a la Universidad de San Paulo, principalmente al Programa "Ensinar con Pesquisa" de la Pro rectoría de Graduación-USP por incentivar los alumnos a aprender a través de la investigación científica



## Bibliografia

- Bienenstein, G.; Mascarenhas, G.; Sánchez, F.  
2011 “Introdução”. In: Bienenstein, G.; Mascarenhas, G.; Sánchez, F. (Orgs.). *O jogo Continua: megaeventos esportivos e cidades*. EdUERJ, Rio de Janeiro, pp 17-22.
- Brasil. Congresso Nacional. Câmara dos Deputados.  
2010 Comissão de fiscalização financeira e controle. Subcomissão Permanente para acompanhamento, fiscalização e controle de recursos públicos destinados à Copa 2014 e às olimpíadas de 2016. “*Copa 2014: desafios e responsabilidade*”. Edições Câmara, Brasília DF.
- Costa, A. .  
2005 “Futebol a uma nova imagem da sociedade” In: Lovisaro, M.; Neves, L.; (Orgs.). *Futebol e sociedade: um olhar transdisciplinar*. EdUERJ, Rio de Janeiro, pp.13-26.
- Daolio, J.  
2005 “A superstição no futebol brasileiro” In: Daolio, J. (Org.). *Futebol, cultura e sociedade*. Autores associados, Campinas, pp. 3-19.
- Data Folha.  
2014. “Folha na Copa. Para 55%, Copa trará prejuízos ao povo”. *Jornal da Folha de São Paulo*. Disponível em: <[www1.folha.uol.com.br/esporte/folhanacopa/2014/04/1237326-para-55-copa-trara-prejuizos-ao-povo.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/esporte/folhanacopa/2014/04/1237326-para-55-copa-trara-prejuizos-ao-povo.shtml)>. Acesso el : 08/04/2014.
- Franco Júnior, H.  
2007 “A dança dos Deuses: futebol, sociedade e cultura”. Companhia das letras, São Paulo.
- Guterman, M.  
(2010 “O futebol explica o Brasil: uma história de maior expressão popular no país”. Contexto, São Paulo.
- Madruga, D.  
2008 “Megaeventos esportivos como gestão de custos de oportunidade” In: DaCosta, L.P.; Pinto, L. M.M.; Rodrigues, R.P.; Terra, R. (Orgs.). *Legados de megaeventos esportivos*. Ministério do Esporte, Brasília, pp. 59-63.
- Nogueira, C.  
2006 “Futebol Brasil Memória: De Oscar Cox a Leônidas da Silva (1897-1937)”. Senac, Rio de Janeiro. Organização Mundial do Turismo.
- 2005 “Introdução à metodologia da pesquisa em turismo”. Roca, São Paulo.
- Preuss, H. 2007  
“Aspectos Sociais dos Megaeventos esportivos”. In: Rubio, K. (Org.) *Megaeventos esportivos, legado e responsabilidade social*. Casa do Psicólogo, São Paulo, pp. 13-35.
- Reis, A.. 2010  
“Introdução” In: Reis, A. (Org.). *Cidades Criativas soluções inventivas: o papel da Copa, das Olimpíadas e dos Museus internacionais*. Garimpo Soluções, Recife, pp.20-14.
- Silva, F. 2007  
“Responsabilidade social do terceiro setor na mediação das parcerias públicos privados nos Megaeventos”. In: Rubio, K. (Org.). *Megaeventos esportivos, legado e responsabilidade social*. Casa do Psicólogo, São Paulo, pp. 37-46.
- Schlüter, R.  
2003 “Metodologia da pesquisa em turismo e hotelaria”. Aleph, São Paulo.
- Tavares, O.  
2011 “Instalações temporárias do Pan Rio 2007: possíveis legados” *Movimento* 17 (3):11-35.
- Veal, A.  
2011 “Metodologia de pesquisa em lazer e turismo”. Aleph, São Paulo.

*Recibido:* 25/05/2015  
*Reenviado:* 30/01/2016  
*Aceptado:* 21/02/2016  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*



# Sin tierras no hay Paraíso

Turismo, organizaciones agrarias y  
apropiación territorial en México

Gustavo Marín Guardado (Coord.)

**PASOS**

Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

Colección PASOS edita, n° 15

## Understanding consumers' reluctance to purchase hotel services online: what makes it so risky?

Anderson Souza\* André Silva\*\* Maria de Lourdes Barbosa\*\*\*

Universidade Federal de Pernambuco (Brasil)

---

**Abstract:** The tourism product buying process, such as hotel services, is surrounded by risks. This occurs largely due to the intrinsic characteristics of the industry itself, particularly concerning the lack of physical evidence of the product offered. Thus, this study investigates the extent to which the acquisition of hotel services via the internet can still be perceived as a risky practice. Therefore, the purpose herein is to understand more deeply consumers' core hesitations toward the virtual environment. Data was collected through an online survey, carried out with 305 Brazilian consumers, and analyzed by using the Preference Ranking Organization Method for Enrichment Evaluation – PROMETHEE (Brans & Mareschal, 2002). The results led to the identification of four different consumer profiles that, in turn, appeared to be strongly associated with the main dimensions of risk pointed out by Forsythe and Shi (2003) as determinants of purchase behaviors in the digital environment: (1) Product Performance Risk, (2) Financial Risk, (3) Psychological Risk and (4) Time/Convenience Risk.

**Keywords:** Perceived Risk; Online Consumer Behavior; Hotel Services; Consumer Profiles; Tourism.

---

### ¿La comprensión de las reticencias de los consumidores a comprar servicios hoteleros en línea: qué la hace tan arriesgada?

**Resumen:** El proceso de compra de productos turísticos, tales como los servicios hoteleros, está rodeado de riesgos. Esto ocurre en gran parte debido a las características intrínsecas de la propia industria, particularmente en relación con la falta de evidencias físicas del producto ofrecido. Por lo tanto, este estudio investiga el grado en que la adquisición de servicios hoteleros a través del internet todavía puede ser percibida como una práctica de arriesgada. Por lo tanto, el objetivo aquí es entender más profundamente las principales dudas de los consumidores hacia el ámbito virtual. Los datos fueron recogidos a través de una encuesta en línea, realizada con 305 consumidores brasileños, y analizados mediante el Preference Ranking Organization Method for Enrichment Evaluation – PROMETHEE (Brans & Mareschal, 2002). Los resultados llevaron a la identificación de cuatro perfiles diferentes de consumidores que, a su vez, parecían estar fuertemente asociados con las principales dimensiones de riesgo señaladas por Forsythe y Shi (2003) como determinantes de los comportamientos de compra en el ámbito digital: (1) Riesgo de Rendimiento del Producto, (2) Riesgo Financiero, (3) Riesgo Psicológico y (4) Riesgo de Tiempo/Conveniencia.

**Palabras Clave:** Riesgo Percibido; Comportamiento del Consumidor en Línea; Servicios Hoteleros; Perfiles de Consumidores; Turismo.

---

### 1. Introduction

Tourism activity is characterized, in essence, by the offer of a set of services which, together, form the so-called tourism product. As argued by Otto and Ritchie (1996: 165), "tourism is essentially a services industry or, perhaps more accurately, an amalgam of service industries". Such a complexity, aligned

---

\* E-mail: son\_ander@hotmail.com

\*\* E-mail: andre.algs@hotmail.com

\*\*\* E-mail: lourdesbarbosa@gmail.com

with the changes currently observed in society, has influenced purchasing behaviors once post-modern consumers apparently interpret consumption relations differently.

Services as a whole, and specifically tourism services, present a more complex decision-making process when compared to the choice of goods. In other words, they can only be experienced in the right time, and at the exact place of production, which increases dramatically the level of difficulty to be interpreted and analyzed before the purchase behavior. These characteristics lead to the need to deepen the knowledge on how consumer's decision-making is developed, especially when it comes to factors such as the perception of risk.

Although the online environment appears to be surrounded by risks, consumers are only influenced by those risks they really perceive. That means that the non-perceived risks have no effect on consumer's choices (Schiffman & Kanuk, 1997). Thus, the decision of a tourism service, such as a hotel, for instance, may be determined by the degree of risk perceived by consumers during the selection and purchase process.

A few studies have already sought to understand the impact of risk perception for the consumer behavior in the tourism field. Some of these, in turn, focusing specifically on the lodging sector. Law (2009), for instance, in his study carried out with Hong Kong residents, found out that the more experienced with the virtual booking tools the consumers are, the less they value the travel agencies. However, Souza et al. (2012) claim that, to deal with the uncertain outcomes of the choice of a hotel service online, individuals certainly rely on a set of strategies. Accordingly, consumers tend to adopt some risk relievers they reckon that suit better the occasion.

Notwithstanding, Solomon (2002) points out that purchasing a certain service (and hotel services are no exception) may bring negative consequences to the consumer. On the other hand, it is advocated that, despite being usually related to negative results, the construct risk includes a wide spectrum of results, ranging from positive to negative. Therefore, it might be highlighted that not only the results of a service should be considered risky, but the whole process of searching for information, acquiring the service and experiencing must be taken into consideration.

Sitkin and Pablo (1992) stated that even a positive experience may result in disappointment, if it does not meet consumer's expectations. Because of this, risk has been considered a personal perception with regard to the likelihood of losses on the part of the consumer (Engel et al., 1995). In other words, it represents a function of the uncertainties and consequences surrounding the decision-making process (Stem et al., 1977). In order to overcome this fact, Wang et al. (2015) suggest that hoteliers should take advantage of their own websites as a marketing tool, hence, attempting to reduce the risks perceived in the choice of such an intangible product.

By doing so, customers would probably feel more confident not only with regard to the aspects of 'intangibility', but also to the means used for the purchase transaction. Undoubtedly, in certain cases the lack of a traditional (physical) retail environment still causes discomfort in some people. Consequently, this increases their likelihood of perceiving risks in online transactions when purchasing tourism services. Thus, this study investigates the extent to which the acquisition of hotel services via the internet can still be perceived as a risky practice and, furthermore, how the differences found in consumers' perceptions can be explained.

Therefore, the insights that emerge from this research might help broaden the knowledge on the topic, especially by understanding and proposing different consumer's profiles of risk. To date, the literature has focused on the uncertainties likely to affect the individuals' decision when buying goods and/or services as a whole. However, this study highlights that even the propensity to perceive certain risks, when it comes to the choice of hotel services virtually, might be related to the consumer's personal characteristics.

## 2. Theoretical Background

The studies related to consumer behavior bring several knowledge fields together in the attempt to understand individuals and groups' decision-making and buying process (Solomon, Russel-Bennett, & Previte, 2013). However, among the wide range of possibilities, the construct 'risk' still intrigues some scholars due to the emergence of new channels through which consumers currently can search for and acquire goods and services (Peterson & Merino, 2003; Forsythe & Shi, 2003; Souza, Melo, & Barbosa, 2012).

Risk perception was first addressed in the Seventeenth Century, based on the fortune games, when the likelihood of an event failure started to be considered. According to Douglas (1990), players had an estimated chance of gaining (or losing) depending on the level of risk assumed. Therefore, by that time, it was already recognized that the outcomes of a choice could only be known once the decision had been made. Later on, according to Taylor (1974), such logic became the basis for putting the risk into an outstanding position within the consumer behavior literature.

Notwithstanding, Bauer (1960) was responsible for introducing the concept of risk into the marketing literature when the paper entitled 'Consumer Behavior as Risk-Taking' was published. Followed by authors, such as Taylor (1974), several scholars recognized that consumer's choice should be seen as a phenomenon intrinsically surrounded by uncertainties and consequences. Though it has been claimed by some behavioral researchers that not all that is perceived by the subject is consistent with reality, Robins (2005) states that individual's behavior is directly related to the way he/she perceives reality. That is, human actions are strongly associated to individuals' perception toward reality, rather than reality itself.

In that sense, Cunningham (1967) stresses that risk may be something that really exists – a real risk, or else, a subjective phenomenon arising from individual's own perception toward a certain situation. By assuming this, Boshoff (2002) suggests that risk must be understood first at the individual level so that conclusions can be drawn about what really affects consumers' decisions. In turn, Cox and Rich (1964) argue that an event likely to prompt a person's negative and/or positive feeling toward a given object might not cause the same impact on other people. However, according to Kovacs (2006), some specific factors should be considered as risk perception enhancers. For instance, in the case of consumer behavior, the channel used for purchasing a product may represent a risk in itself.

Undoubtedly, the current virtualization of purchase channels has greatly impacted on the consumer decision-making process. Forsythe and Shi (2003) sought to shed light on the fact that, sooner or later, the internet would become 'the mall of tomorrow'. The benefits provided by the online means over the traditional retail stores were pointed out as the main reasons for the rapid growth of virtual purchase transactions in the last decades.

Therefore, it must be recognized that, to some extent, that 'tomorrow' about which the authors made reference, over a decade ago, seems to have come. Accordingly, Souza et al. (2012) reinforce the relevance of understanding the phenomenon of risk in a more specific way, following the new virtual reality that has been set. Furthermore, certain economic sectors, such as tourism, have proved to be heavily dependent on the online environment to develop their trading strategies (Cantallops & Salvi, 2014).

Saw, Goh and Isa (2015) argue that, among other things, the pervasiveness of the internet have made online reservation a predominant method to book hotel rooms. Because of this, firms have sought to set up new strategies to adjust themselves to the ongoing market demands. At the same time, studies have been developed worldwide in order to understand what affects tourism/hotel consumers' behavior virtually. However, according to Sun (2014), there is still a lack of academic knowledge regarding the antecedents of perceived risks for services, specifically referring to the hotel sector. In the attempt to fill in this gap, the author proposed that both firm-level and individual-level antecedents directly influenced consumer's perception of risk.

Viglia et al. (2014) state that, in this case, the internet should be considered a valuable tool in order to help shape companies' strategies. Nonetheless, they suggested that, in terms of reducing the perception of risk, two factors are of relevance when it comes to the choice of a hotel online: (a) the average evaluation of the establishment, and (b) the number of reviews. Based on that, it was evident that the consumers' preference increases with the number of reviews, independently of the average evaluation being high or low. That proves how intriguing the acquisition of hotel services has become lately.

Although the literature in the field of consumer behavior have already made substantial progress in terms of defining certain risk typologies and dimensions (Bianchi & Andrews, 2012), it is clear that the advent of internet as a shopping means for the tourism sector – as shown in the aforementioned examples, points to a whole new era. Thus, Forsythe and Shi (2003) concluded that, when it comes to online purchases, consumers are generally faced with four specific (and critical) dimensions of risk, which will also be considered in this study: (1) Product Performance Risk, (2) Financial Risk, (3) Psychological Risk and (4) Time/Convenience Risk.

Product performance risk relates to the individual's concern regarding the correct function of a product (Dholakia, 1997; Schiffman & Kanuk, 1997; Cases, 2002). For instance, in the case of the hotel sector, consumers may fear not receiving the proper service that had previously been acquired through the internet (Boshoff, 2002; Laroche et al., 2004). According to Forsythe and Shi (2003), in most situations,

this type of risk arises from the shoppers' recognition of their inability to accurately judge the quality of the product online. In this case, Bateson and Hoffman (2001), suggest that hotel companies should provide consumers with greater amounts of information regarding the establishment's guarantee policies which, in turn, would assure the services quality perception.

On the other hand, any event that may result in extra expenditure of money by the consumer as a consequence of his/her choice is defined as financial risk (Roselius, 1971; Schiffman & Kanuk, 1997; Laroche et al., 2004). Forsythe and Shi (2003) argue that, considering the online purchase situation, this type of risk includes the possibility that one's credit card information may be misused by the product provider, or else, stolen by evil-minded people.

According to Caswell (2000), a significant number of consumers believe that it is not difficult to have credit card information stolen online. It means that both hotel services and credit card providers shall invest in online transaction safety, in order to assure consumers that their privacy will be kept safe. As with previous dimension, providers' guarantee policies must be extremely clear to help relieve risk perception.

However, at the same time the possibility of privacy invasion may bring financial problems to the consumers, it can also result in psychological loss. Generally, the psychological risk is related to the likelihood of a purchase being incongruent with one's own personality and self-image (Murray & Schlacter, 1990; Roehl & Fesenmaier, 1992). According to Kovacs (2006), for some people, a wrong choice can bring harm to their ego.

Nevertheless, in the case of virtual purchases, some authors claim that the internet may favor users' privacy violation, since it is considered an open channel (Maignan & Lukas, 1997; Jacobs, 1997; Benassi, 1999). Forsythe and Shi (2003) state that, the lack of control on what can be done with the consumers' personal information, gives rise to the perception of psychological risk in the online environment. In brief, when it comes to the online purchase behavior, the psychological risk differs from the financial one as the latter is exclusively related to monetary loss, whilst the former covers the individual's concern with regard to his/her overall information.

Finally, time/convenience risk is considered the chance of a person to waste time in searching for information, submitting order and/or navigating in different websites to purchase what he/she needs (Forsythe & Shi, 2003). In the case of hotel services, that task seems to be even harder, especially considering its intangible and inconsistent nature. Although most people tend to book the hotel services in advance, some may prefer not to engage in such a regular practice, and purchase the services direct from the provider, at the establishment.

In short, the aforementioned risk dimensions were discussed in this paper once they met the singularities of the virtual environment. Consequently, they can also apply to the choice of hotel services online. As the internet has become more and more frequently used by consumers to manage their tourism purchases, understanding the impact of these specific dimensions on the decision-making process is of great relevance to both academic and managerial fields.

### 3. Methods

This research is characterized as a descriptive-transversal study, whose development was performed on the basis of data collected through an online survey, carried out with a non-probabilistic sample of Brazilian hotel services consumers. During the period data was collected, approximately two months, a total of 305 participants accessed the survey's webpage and filled in the study's questionnaire individually. For that purpose, the snowball sampling technique was employed, which means that participants' social networks were the main sources for recruiting new participants to the study.

The data-collection tool, administered to the participants, was composed of nine questions, of which five were intended to assess consumers' opinions regarding risk perception related issues and purchase habits. Accordingly, three scales were basically used at this point. However, to achieve the goals of this study, data arising from only two of them was taken into consideration. The choice of these scales was based on their suitability to the general purpose of the investigation, and their reliability.

The first scale, four-item likert type, proposed by Cox and Cox (2001), assessed the extent to which the respondents considered that the choice of a hotel service online would (a) definitely be risky, (b) lead to bad results, (c) have uncertain consequences or, yet, (d) make them feel anxious. On the other hand, the second one, also a four-item likert type, proposed by Forsythe and Shi (2003), was intended to analyze the factors that might prevent these consumers from acquiring hotel services online (e.g.

difficulty to judge the quality of the service). Finally, the four remaining ones dealt with participants' social-demographic information.

Once an acceptable sample size was achieved, data started to be analyzed by using the Preference Ranking Organization Method for Enrichment Evaluation – PROMETHEE (Brans & Mareschal, 2002). Such a method, largely adopted to support the evaluation of the decision-making process, was employed in this study to create a certain structure that could help understand the problems faced by consumers in terms of hotel services choice virtually.

The decision to adopt this method and, consequently, its techniques was made due to its accuracy to analyze the variables surrounding the problem of decision-making process. Thus, instead of using traditional statistics methods, there was a chance to apply this type of model, once such a supportive multicriteria method to decision tends to help clarify the evaluation of the alternatives investigated. It is also noteworthy that, in most cases, these alternatives appear to be conflicting. Therefore, the adoption of the PROMETHEE method was considered more appropriate, in terms of selecting and over-classifying the variables that could affect the most the consumer's decision-making process. All of this based on the decision-maker's own profile and propensity to assume risks.

The aforementioned method led to conclusions regarding the nature of the problem investigated herein. According to Clemen and Reilly (2001) and Figueira et al. (2005), the core purpose of PROMETHEE is to identify some relevant objectives and criteria for the problem being analyzed. Accordingly, alternative ways of action were proposed, providing scholars and practitioners with the proper strategies to be adopted by firms in order to solve consumer's decision-making problems. Roy (2005) points to the increase in the level of choice consistency as a direct consequence of structuring the decision-making process.

According to Roy (1994), multicriteria methods, such as PROMETHEE, in general adopt different perspectives of analysis. For instance, the *unique criterion synthesis approach* can be used in order to evaluate a set of decision-making criteria that, when aggregated because of their value index, reveals the utility of each of these alternatives. In other words, the alternative to present higher value index is considered most useful for the decision-maker.

On the other hand, an *interactive judgment approach* can also be adopted whenever the purpose of the study is to seek an alternative that will prove to be superior to others in all criteria established. Thus, such a 'dominant alternative' is first revealed through the aggregation of decision-makers' preferences. Consequently, some interactive and successive mathematics are employed in order to disclose that outstanding one. Finally, the most effective alternative, in terms of decision-making problem solving, is defined.

Another possibility is to use the *over-classification approach*, whose purpose is to define the best alternative to solve the decision-making problem by directly comparing the alternatives available. In this case, the objective is to reveal that one that appears to be superior to others through their direct confrontation. Thus, it is possible to determine the most effective solution for the decision-making problem by establishing a sort of hierarchical-relation matrix between each of the alternatives.

Therefore, the perspective adopted in this research was the over-classification one. Belton and Stewart (2002) argue that the great feature of this approach lies in its potential of establishing a certain level of relationships among preferences and alternatives in terms of decision-making problem solving. Thus, based on a set of criteria previously defined, the consumers' choice could be assessed in a more reliable way, decreasing the levels of error likelihood.

Furthermore, in order to shed light on those possible relations, the multicriteria PROMETHEE II was employed which, according to Almeida (2013), could be considered an effective option for generating a complete pre-order of the examined alternatives by using the preference (P) and indifference (I) threshold.

Accordingly, the over-classification method – PROMETHEE II was used to analyze consumer's decision-making process in terms of online hotel services purchase. Gomes and Gomes (2012) claim that this sort of analysis shall be carried out in two distinctive phases. Therefore, initially participants' preference over-classification matrix had to be set up. Once this first task was accomplished, next step was the analysis of the alternatives that had not been over-classified. Finally, a complete ranking matrix regarding the choice of hotel services online was proposed, according to the decision-makers' own preferences (Vincke, 1992).

Almeida (2013) reinforces that PROMETHEE II must be based on the analysis of the net flow  $\Phi(a)$ , which, in this study, was obtained through the following equation:

$$\Phi(a) = \Phi^+(a) - \Phi^-(a) \quad (3.1)$$

Where:

$$\Phi^+(a) = \sum_{b \in A} [\varpi(a,b)] \tag{3.2}$$

$$\Phi^-(a) = \sum_{b \in A} [\varpi(b,a)] \tag{3.3}$$

In which:

$$\varpi(a,b) = \sum_{i=1}^n [p_i F_i(a,b)] \tag{3.4}$$

Where:

$$\sum_{i=1}^n p_i = 1 \tag{3.5}$$

$F_i(a,b)$  = the function of difference [ $g_i(a) - g_i(b)$ ] among every single alternative in relation to every criterion  $i$ .

The outputs obtained through the over-classification matrix, shown in the Table 4, depict the intensity of a certain preference alternative 'a' over other alternatives 'b'. In that sense, the higher the alternative is rated, the more appropriate it appears to be in portraying consumer's preferences when it comes to the decision-making process. Thus, in this study the alternatives were ranked in a decreasing order on the basis of the following relations:

Preference: aPb if  $\Phi(a) > \Phi(b)$

Indifference: aIb if  $\Phi(a) = \Phi(b)$

Furthermore, in order to assure the reliability of the results of this study, the SMART (Simple Multi-Attribute Rating Technique) method was also employed, specifically the SMATER (centroid approach), which consisted of:

Analysis	Tasks
Step 1	Identifying the problem to be analyzed, as well as the decision-makers, also considered herein as part of the problem.
Step 2	Formulating the structure of the attributes, in which the objectives could be placed hierarchically, according to the problem/decision-maker. So that it could be possible, the most relevant attributes for the problem analyzed had to be previously defined.
Step 3	Defining the alternatives to be analyzed regarding the decision-making process.
Step 4	Setting up decision-making criteria, which consisted of obtaining the outcomes of each alternative, in relation to each criterion analyzed, and based on a consequence matrix for each them.
Step 5	Excluding less important alternatives (on the opinion of consumers), without reducing the matrix representativeness significantly. A satisfactory amount of alternatives would be expected to assure the process of getting constants from the scales administered, without adding value to less important criteria.
Step 6	Evaluating intra-criterion through the identification of each decision-making criteria value. For that, criteria had to be converted into the same scale patterns. Once a linear function was established, the best and worse consequence matrix could be depicted in a scale ranging from 0 to 1.
Step 7	Processing a swing technique to rank criteria. Consequently, criteria were ranked based on the evaluation of their effectiveness, according to decision-maker's preferences.
Step 8	Once the swing process was done, scale constants came up and the information were converted into weights. At this point, extra analyses were no longer needed.



The last phase of the aforementioned process (step 8) was carried out by using the ROC (ranking ordered centroid) method, whose results were obtained by considering an equation of 'n' criteria, in which  $w_1 > w_2 > \dots > w_i > \dots > w_n$ .

Where:

$$w_1 = (1 + 1/2 + 1/3 + \dots + 1/n) / n$$

$$w_2 = (0 + 1/2 + 1/3 + \dots + 1/n) / n$$

$$w_3 = (0 + 0 + 1/3 + \dots + 1/n) / n$$

$$w_n = (0 + 0 + 0 + \dots + 1/n) / n$$

That is,

$$w_i = 1/n \sum_{j=i}^n (1/j) \quad (3.6)$$

Thus, the weights assigned to each of these criteria were obtained by applying the SMARTER method, which consisted in ranking the criteria according to the importance demonstrated by the decision-makers, herein represented by the consumers surveyed, whose relative significance was considered based on the Rank Order Centroid – ROC (Gomes & Gomes, 2012).

The methodology adopted in this study led to the proposition of different consumer's profiles. These, in turn, came from the respondents' answers with regard to their perception of risks in the acquisition of hotel services on the virtual environment. Hence, the over-classification tool used herein gave rise to a matrix of decision-making process by seeking certain relations between the alternatives (profiles) and criteria (potential risks) investigated in this study.

#### 4. Results

This study was carried out on a sample of Brazilian hotel services consumers, who usually adopt the internet as a means of purchase. In total, 305 participants were surveyed online during a two month period (February/March 2015). From these, 54% were women whilst 46% were men. Respondents were questioned about some specific reasons that should contribute to increase (or not) their perception of risks when purchasing hotel services over the internet.

In order to operationalize the analysis, the original sample was first divided into four groups of risk which, later on, would end up representing different consumer profiles, as shown in Table 1. These profiles were obtained by evaluating the importance given by the consumers surveyed to each of the forthcoming statements. These, in turn, were all related to the purchase of hotel services online.

**Table 1: Group of risks perceived in the purchase of hotel services online.**

Risk	Description
GR1	Getting hotel services online is risky.
GR2	Getting hotel services online can lead to bad results.
GR3	Getting hotel services online has uncertain consequences.
GR4	Getting hotel services online makes me feel anxious.

Source: Adapted from Cox and Cox, 2001.

According to participants' responses, at least one of the aforementioned variables could clearly express their hesitation to acquire a hotel service virtually. Based on that assumption, data analysis led to the proposition of four distinctive consumer profiles, as follows – **GR1**: the frightened, who admits that the choice of a hotel service in the virtual environment is totally risky, **GR2**: the insecure, who believes that the choice of a hotel service online can lead to bad outcomes, **GR3**: the distressed, who does not demonstrate confidence to cope with uncertainties embedded in the choice of a hotel service over the

internet, and GR4: the anxious, whose stress and anxiety levels tend to be increased as a result of the decision-making process engagement.

Once these profiles were defined, the next step was to compare them with the main reasons, pointed by Forsythe and Shi (2003), for consumers not engaging on (or avoiding) such a purchase behavior online. Therefore, the forthcoming table (Table 2) shows the set of criteria analyzed, which, in turn, is probably related to the motives for these consumers to be framed in one of the profiles previously mentioned.

**Table 2: Potential risks that might prevent internet users from shopping online.**

Criterion	Description
CR1	For not trusting that my credit card number will be secure.
CR2	For being difficult to judge the quality of the service.
CR3	For not trusting that my personal information will be kept private.
CR4	Because it is faster/easier to purchase locally.

Source: Adapted from Forsythe and Shi, 2003.

Based on the responses given by the participants to the potential risks that might prevent them from shopping online, groups were divided according to the relevance observed in each criterion. Consequently, by using the SMARTER method, a matrix of importance was revealed. As Table 3 shows, consumers were classified in accordance with the level of importance attributed to the criteria previously discussed. For that purpose, the Rank Order Centroid – ROC was employed.

**Table 3: Weights attributed to the criteria analyzed.**

Criterion	Weights
CR2	0,5208
CR1	0,2708
CR3	0,1458
CR4	0,0625

Source: Data collection, 2015.

After obtaining these weights, participants' responses were normalized before the over-classification PROMETHEE II could be run. Table 4 shows the results of the normalized mean scores. As noted, these scores represent the weighted means for each criteria analyzed by the consumers.

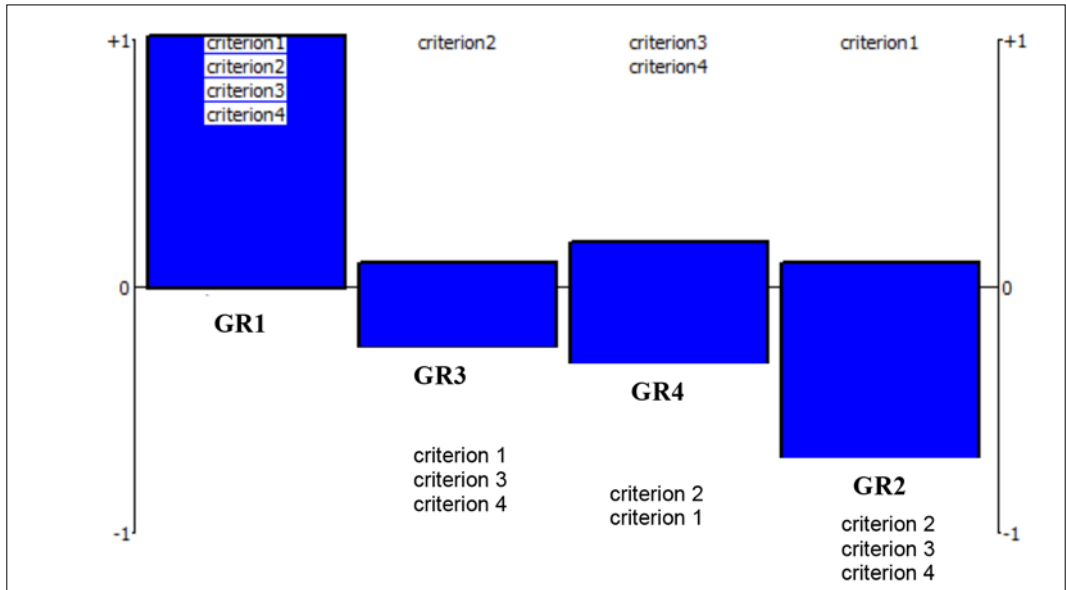
**Table 4: Participant's responses means after normalization.**

	CR1	CR2	CR3	CR4
GR1	0,9028	1,9431	0,4562	0,1522
GR2	0,8640	1,7386	0,4283	0,1373
GR3	0,8450	1,8625	0,4363	0,1420
GR4	0,8390	1,8523	0,4408	0,1457

Source: Data collection, 2015.

Furthermore, the most relevant criteria in terms of decision-making, according to respondents' opinion, were obtained by the adoption of the PROMETHEE Rainbow analysis. As observed in the Figure 1, for each consumer profile proposed in this study, some specific criteria demonstrated to influence in a stronger way the decision-making process, when it comes to the purchase of hotel services virtually.

**Figure 1: Analysis of the most important criteria for hotel services acquisition over the internet.**



Source: Data collection, 2015.

As a consequence, the PROMETHEE Rainbow analysis resulted in the following definitions. Table 5 shows the most relevant criteria which, in turn, are related to specific profile of consumers who tend to perceive risks while searching for, choosing and deciding a hotel establishment that better fits their personal needs online.

**Table 5: Consumer profiles versus relevant criteria in purchasing hotel services virtually.**

Profiles	Most Relevant Criteria
<b>Frightened</b>	For not trusting that my credit card number will be secure.
	For being difficult to judge the quality of the service.
	For not trusting that my personal information will be kept private.
	Because it is faster/easier to purchase locally.
<b>Insecure</b>	For not trusting that my credit card number will be secure.
<b>Distressed</b>	For being difficult to judge the quality of the service.
<b>Anxious</b>	For not trusting that my personal information will be kept private.
	Because it is faster/easier to purchase locally.

Source: Authors' proposal, 2016.

Accordingly, when associating the risks most frequently perceived in online purchases to a hotel choice situation, it becomes clear that consumers' profile leads to specific factors which, in turn, might explain their decision-making process. As observed, the results indicate that, according to each of the aforementioned profiles, participants demonstrated to be directly affected by their perception of risks in different ways. For instance, the 'anxious' showed a greater concern for the *Psychological* and *Time/Convenience Risks*.

On the other hand, while the 'distressed' manifested a higher concern with regard to the *Product Performance Risk*, the 'insecure' seemed to consider the *Financial Risk* a more relevant factor instead. Finally, it was found that the 'frightened' was the only profile of consumer who, apparently, demonstrated to be greatly affected by all the four previous dimensions, namely: *Product Performance Risk*, *Psychological Risk*, *Financial Risk* and *Time/Convenience Risk*.

## 5. Conclusions

The aforementioned results contribute to the improvement of the knowledge about the perception of risks in the purchase of hotel services online. They certainly provide the essential insights that lead to the proposal of an innovative framework, such as the one presented herein, which allows the readers to understand clearly the relationships between risk perception and the acquisition of the sort of services addressed in this paper. All of this discussed in light of the virtual environment. Therefore, this study complements the work of several outstanding scholars, such as Bauer (1960), one of the pioneers in the study of the subject, and his followers, in terms of providing new insights about the risk construct.

The model, proposed in this paper, was tested based on the perspective of marketing and consumer behavior theories. Its core feature is the demonstration of the existing association between consumers, grouped according to their consumption profiles, and the perception of risks related to the purchase of hotel services via the internet. This sort of knowledge is of great relevance, especially considering the advances and dissemination of technology in the last three decades, which, certainly, contributed to the growth of the e-commerce in the services sector.

According to the literature, the acquisition of hotel services is surrounded by risks due to the complexity that characterizes the nature of the product. That is, the essence of the lodging sector is strongly related to the sales of 'the experience of being' in a hotel. Therefore, it demands completely different marketing approaches. Currently, it is necessary not only to create perceptions of tangible aspects of the services, but also to provide solid evidences of the intangible experience that the seller intends to offer to their customers. Such an assumption applies both to the offline and to the online environments.

Compared to physical products, services are more difficult to be interpreted and analyzed by the potential consumers prior to the purchase. However, that aspect seems to be greatly increased when it comes to the e-commerce reality. In this case, the services provider faces the pressure to create specific perceptions so that the consumers feel capable to experience the outcomes of the service in advance. Not rare, firms tend to adopt strategies that elicit positive feelings into their potential consumers, thus, also attempting to reduce their perception of risks.

Given this context, the identification of distinct consumer profiles for the lodging sector, and their consequent association with the main dimensions of risk proposed by Forsythe and Shi (2003), seems to be appropriate. By comparing the reasons that would prevent consumers from acquiring hotel services virtually to these dimensions, it was evident that those motives should not be taken for granted. Rather, this paper demonstrated that they could also turn into some purchase criteria, hence, contributing to the emergence of more accurate marketing strategies in the sector.

Despite having started to be addressed back in the sixties, indeed perceived risk is a topic that still needs further comprehension, once the internet brought the field of consumer behavior to a new era. Thus, this study will certainly enable researchers to step forward toward a new body of knowledge. At the same time, the forthcoming section presents some of the possible implications of this research for the tourism industry, highlighting certain aspects that managers and practitioners of the hotel sector should take into consideration.

## 6. Managerial implications

For those companies that operate within the e-commerce, it is extremely necessary to acknowledge that, even for individuals who usually buy products through the internet, this is a means still perceived as highly risky. Accordingly, it is of great importance that they provide customers with a set of risk reduction strategies so that these consumers may feel more confident when purchasing online. In addition, it is also recommended that the firms attempt to get familiar with the consumers' own

strategies. Thus, it becomes essential to recognize each distinctive customer's profile in order to obtain competitive advantage.

The specific nature of the purchases generally made over the internet, as well as individuals' characteristics, calls for the emergence of new strategies to reduce the perception of risks in the virtual environment. These, in turn, appear to be far beyond the traditional ones described in the literature. Furthermore, it is important to note which specific types of risk are associated with the e-commerce itself, since the traditional ones have usually been related to the product, neglecting the role of the purchase means as a relevant factor in this process.

Therefore, this study offers a set of insights that might help identify consumer's profiles, relating them to the risks often perceived in the acquisition of hotel services via the internet. The access to this knowledge shall lead companies to the development of specific risk relievers that meet the needs for this type of operation. Thus, guaranteeing greater safety and reliability to the consumers and, consequently, improving the e-commerce within the hotel industry. Having presented the managerial implications of this study, the following section will address its main limitations.

## 7. Study limitations

Despite the innovativeness of the theoretical scheme proposed herein, which emerged from the outcomes of the empirical study and the implications of its findings, it is important to recognize some of the core limitations of this research, as follows:

- Regarding the descriptive phase of the research, it is assumed that the studied sample is insufficient for the generalization of the findings, since it is a non-probabilistic sample, hence the results should be interpreted with caution. However, those results must not be neglected, as they provide a starting point for further discussions, by delineating new perspectives to the literature, providing insights, and serving as a source of hypotheses for future researches. Accordingly, it is expected that, through the adoption of different methodologies and random samples, the results obtained may become generalizable, thus bringing a larger contribution to this field of study.
- The use of the internet as a means to collect data, as addressed in the study methodology section, has been largely a subject of much academic discussion. The central question when it comes to this topic is whether the same methods, when administered through the internet, would produce similar results as if applied to the offline environment.
- The purpose of this study was to analyze the association between the dimensions of risk, perceived in the purchase of hotel services virtually, and certain profiles of consumer. However, it might be acknowledged that some other factors may also influence this relationship, which, in turn, might not have been addressed in this investigation (e.g. cultural aspects). Since these factors were beyond the scope of the study, they were not considered.
- Finally, this research aimed to analyze a limited number of variables, having a narrow and well-defined focus – the identification of the association among them. Therefore, there was no intention to establish any relation of causality. Once pointed out those main limitations, the forthcoming section presents a few insights in the attempt to guide future studies related to this subject.

## 8. Suggestions for future research

Notwithstanding the contributions of this study, there is a wide range of possibilities that might broaden the topic. Thus, a few suggestions for future researches are proposed hereafter:

- The replication of this study, given the importance of testing the model by other researchers in order to evaluate whether similar results would come out from other samples and/or populations.
- Developing other studies, with different methodological approaches, which might lead to generalizable results if a probabilistic sample is employed.
- The conduction of cross-cultural studies, in order to assess the opinion of consumers from different countries, with regard to their perception of risks toward the purchase of hotel services over the internet.

## Bibliography

- Almeida, A.  
2013. *Processo de decisão nas organizações: construindo modelos de decisão multicritério*. São Paulo: Atlas.
- Bateson, J., & Hoffman, K.  
2001. *Marketing de Serviços*. 4.ed. Porto Alegre: Bookman.
- Bauer, R.  
1960. Consumer behavior as risk-taking. In: D. Cox (ed.), *Risk taking and information handling in consumer behavior* (pp.23-33). Cambridge: Harvard University Press.
- Belton, V., & Stewart, T.  
2002. *Multiple criteria decision analysis: an integrated approach*. Kluwer Academic Publishers.
- Benassi P.  
1999. TRUSTe: an online privacy seal program. *Communications of the ACM*, 42(2): 56–59.
- Bianchi, C., & Andrews, L.  
2012. Risk, trust, and consumer online purchasing behaviour: a Chilean perspective. *International Marketing Review*, 29(3): 253–275.
- Boshoff, C.  
2002. Service advertising: an exploratory study of risk perceptions. *Journal of Service Research*, 4(4): 290-298.
- Brans, J., & Mareschal, B.  
2002. *Promethee–Gaia, une Methodologie d'Aide à la Décision en Présence de Critères Multiples*. Brussels Editions: Ellipses.
- Cantalalops, A., & Salvi, F.  
2014. New consumer behavior: a review of research on eWOM and hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 36: 41-51.
- Cases, A.  
2002. Perceived risk and risk-reduction strategies in internet shopping. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 12(4): 375-394.
- Caswell S.  
2000. Women enjoy e-shopping less than men. www.ecommerce.com. January 11.
- Clemen, R., & Reilly, T.  
2001. *Making hard decisions with decisions tools*. Pacific Grove: Duxbury.
- Cox, D., & Cox, A.  
2001. Communicating the consequences of early detection: the role of the evidence and framing. *Journal of Marketing*, 65(july): 91-103.
- Cox, D., & Rich, S.  
1964. Perceived risk and consumer decision making – the case of telephone shopping. *Journal of Marketing Research*, 1(4): 32-39.
- Cunningham, S. (1967). *The major dimensions of perceived risk*. Boston: Harvard University Press, 82-108.
- Douglas, M.  
1990. Risk as a forensic resource. *Daedalus*, 119: 1-16.
- Dholakia, U.  
1997. An investigation of the relationship between perceived risk and product involvement. *Advances in Consumer Research*, 24: 159-167.
- Edwards, W., & Barron, F.  
1994. SMARTS and SMARTER: Improved simple methods for multiattribute utility measurements. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 60: 306-325.
- Engel, J., Blackwell, R., & Miniard, P.  
1995. *Consumer Behavior*. 8.ed. Orlando: The Dryden Press.
- Figueira, J., Greco, S., & Ehr Gott, M.  
2005. *Multiple criteria decision analysis: state of the art surveys*. Boston: Springer.
- Forsythe, S., & Shi, B.  
2003. Consumer patronage and risk perceptions in internet shopping. *Journal of Business Research*, 53: 867-875.
- Gomes, C., & Gomes, L.  
2012. *Tomada de decisão gerencial: um enfoque multicritério*. São Paulo: Atlas.

- Jacobs, P.  
1997. Privacy: what you need to know. *InfoWorld*, 19(44): 111–112.
- Kovacs, M.  
2006. *Estratégias de redução dos riscos percebidos e a satisfação do consumidor com o processo de compra: proposição de um esquema teórico para o comércio eletrônico*. Recife. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Pernambuco.
- Law, R.  
2009. Disintermediation of hotel reservations: The perception of different groups of online buyers in Hong Kong. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(6): 766-772.
- Laroche, M., McDougall, G., Bergeron, J., & Yang, Z.  
2004. Exploring how intangibility affects perceived risk. *Journal of Service Research*, 6(4): 373-389.
- Maignan, I., & Lukas B.  
1997. The nature and social uses of the internet: a qualitative investigation. *Journal of Consumer Affairs*. 31(2): 346–371.
- Murray, K., & Schlacter, J.  
1990. The impact of services versus goods on consumer's assessments of perceived risk and variability. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 18(1): 51-65.
- Otto, J., Ritchie, J.  
1996. The service experience in tourism. *Tourism Management*, 17(3): 165-174.
- Peterson, R., & Merino, M.  
2003. Consumer information search behavior and the internet. *Psychology and Marketing*, 29(2): 99-121.
- Robins, S.  
2005. *Comportamento Organizacional*. 11.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Roehl, W., & Fesenmaier, D.  
1992. Risk perceptions and pleasure: an exploratory analysis. *Journal of Travel Research*, 30(4): 17-28.
- Roselius, T  
1971. Consumer rankings of risk reduction methods. *Journal of Marketing*, 35: 56-61.
- Roy, B.  
1994. On operational research and decision aid. *European Journal of Operational Research*, 73: 23-26.
- Roy, B.  
2005. Paradigms and challenges. In: J. Figueira, S. Greco, & M. Ehr Gott, *Multiple criteria decision analysis: state of the art surveys*. Boston: Springer.
- Saw, S., Goh, Y., & Isa, S.  
2015. Exploring consumers' intention toward online hotel reservations: Insights from Malaysia. *Problems and Perspectives in Management*, 13 (2): 249-257.
- Schiffman, L., & Kanuk, L.  
1997. *Comportamento do consumidor*. 6.ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos.
- Sitkin, S., & Pablo, A.  
1992. Reconceptualizing the determinants of risk behavior. *The Academy of Management Review*, 17(1): 9-39.
- Solomon, M., Russel-Bennett, R., & Previte, J.  
2013. *Consumer behaviour: buying, having, being*. Frenchs Forest: Pearson.
- Souza, A., Barbosa, M., Kovacs, M., & Marques, R.  
2012. Percepción del riesgo em la elección de servicios hoteleros em el ámbito virtual: actitud de los consumidores frente al uso de estrategias de reducción de riesgos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(1): 52-67.
- Souza, A., Melo, F., & Barbosa, M.  
2012. Riscos percebidos na aquisição de serviços hoteleiros online: fatores determinantes das estratégias de redução e suas relações com as características demográficas do consumidor. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 6(2): 201-215.
- Stem, D., Lamb, C., & Maclachlan, D.  
1977. Perceived risk: a synthesis. *European Journal of Marketing*, 11(4): 312-319.
- Sun, J.  
2014. How risky are services? An empirical investigation on the antecedents and consequences of perceived risk for hotel service. *International Journal of Hospitality Management*, 37: 171-179.
- Taylor, J.  
1974. The role of risk in consumer behavior. *Journal of Marketing*, 38: 54-60.

Viglia, G., Furlan, R., & Ladrón-de-Guevara, A.

2014. Please, talk about it! When hotel popularity boosts preferences. *International Journal of Hospitality Management*, 42: 155-164.

Vincke, P.

1992. *Multicriteria decision-aid*. Editor Wiley & Sons.

Wang, L., Law, R., Guillet, B., Hung, K., & Fong, D.

2015. Impact of hotel website quality on online booking intentions: eTrust as a mediator. *International Journal of Hospitality Management*, 47: 108-115.

*Recibido:* 19/11/2015

*Reenviado:* 23/03/2016

*Aceptado:* 04/04/2016

*Sometido a evaluación por pares anónimos*



# La patrimonialización de la memoria histórica: entre el deber social y la estrategia turística. Apuntes sobre el caso catalán.

**David González Vázquez\***

Universitat de Barcelona

---

**Resumen:** El año 2014 se ha cumplido el trigésimo aniversario de la teorización de los “*lieux de mémoire*” por parte del historiador francés Pierre Nora. A lo largo de este tiempo, se ha consolidado en Europa un modelo de puesta en valor patrimonial para los lugares de memoria, ligados, sobretodo, a las guerras mundiales y el Holocausto. Francia ha sido, con la entrada del nuevo siglo, quien ha desarrollado un modelo teórico que relaciona dicho patrimonio memorial con la práctica turística. No es casualidad, pues ha surgido fruto del bagaje práctico de numerosos años de experiencia, lo que reafirma a su modelo de “*tourisme de mémoire*” como la referencia a nivel mundial. España, a causa de un retraso sociopolítico de décadas con respecto a sus homónimos occidentales, no ha comenzado hasta estos últimos años a reivindicar sus espacios de memoria, relacionados con la memoria histórica de la Guerra Civil y la Dictadura. El caso catalán, pionero en cuanto a la implementación de una estrategia turística, ha sentado las bases de un modelo emergente.

**Palabras Clave:** Turismo de memoria; memoria histórica; memoria democrática; espacios de memoria; Cataluña.

---

## **Historical memory heritagisation: between social duty and tourism strategy. Remarks on the Catalan case.**

**Abstract:** 2014 has marked the thirtieth anniversary of the “*lieux de mémoire*” theory formulation by the French historian Pierre Nora. Throughout this period, a heritage enhancement model for the places of memory, mainly linked to the World Wars and the Holocaust, has become established in Europe. With the beginning of the new century, France has developed a theoretical model which connects said memorial heritage with the tourism practice. It is not by chance, since it has arisen due to the practical knowledge obtained from many years of experience, which reaffirms its “*tourisme de mémoire*” model as a worldwide reference. Spain, because of a decades-long sociopolitical delay as compared with its Western counterparts, has not started to claim its places of memory, linked to the historical memory from the Civil War and the dictatorship, until these last few years. The Catalan case, ground-breaking regarding the implementation of a tourism strategy, has laid the foundations for an emergent model.

**Keywords:** Memorial tourism; Historical memory; Democratic memory; Places of memory; Catalonia.

---

## **1. Introducción**

Los espacios de memoria, o *conscience sites*, son aquellos lugares con valor histórico gracias a representar el testimonio de un pasado trágico. Dichos lugares han conocido una progresiva patrimonialización y puesta en valor gracias las numerosas aproximaciones científicas sobre los mismos, que han acabado suscitando un interés general más allá del ámbito académico

España en su conjunto, con la entrada al S.XXI, está viviendo un auténtico “momento memoria” (Saz, 2007), concepto que sirve para definir el estado que atraviesa la sociedad española al respecto de la proliferación de aportaciones que, desde todas las disciplinas de las ciencias sociales, se están desarrollando para investigar acerca de la memoria histórica. A tal punto se ha llegado fruto de la

---

\* Doctorando en el programa de Didáctica de las Lenguas, las Ciencias, las Artes y las Humanidades (línea de investigación en Didáctica del Patrimonio, las Artes y el Turismo Cultural) de la Facultad de Educación de la Universitat de Barcelona; E-mail: david.glez81@gmail.com

culminación del cambio de paradigma sufrido por la memoria colectiva en España, pasando de la memoria de los caídos por Dios y por España a la reparación de aquellos que durante largas décadas permanecieron en el olvido de los derrotados.

*“El proceso de recuperación de la memoria histórica es el fenómeno político más relevante acaecido en España en los últimos tiempos”* (Escudero, 2011a: 7). Fruto de esta importancia como proceso político, también, se entiende que estemos hablando de un objeto de estudio ampliamente recurrente, y como tal, la interdisciplinar ciencia turística debe acabar abordándolo.

## 2. El deber de memoria como el origen de la patrimonialización de los espacios de memoria.

El concepto de memoria está directamente ligado al de recuerdo, estamos hablando, por tanto, de lo opuesto al olvido. Dicho olvido, o mejor dicho, la lucha contra el mismo, es la principal razón para potenciar los procesos de recuperación de la memoria histórica.

Al respecto de esa lucha contra el olvido nace el deber de memoria. Tiene su origen en la difusión pedagógica del mundo escolar ya en los años 50, pero no es hasta finales de los 70 cuando se consolida como ente autónomo gracias al auge y promoción de la memoria de la Shoah, llegando en la actualidad a convertirse en una suerte de religión de homenaje a las víctimas (Lalieu, 2001). El desenlace de este proceso hasta el punto mencionado ha hecho que en muchos casos se pueda hablar de banalización de la memoria, donde el deber pasa a convertirse en inercia, perdiendo así todo espíritu crítico. Pero más allá de este recorrido histórico, lo cierto es que la aplicación del deber de memoria se entiende como la necesidad de inscribir el horror vivido en la memoria colectiva, para así darle una oportunidad al futuro mediante el trabajo contra el olvido. El hecho de que las naciones, dentro de su propio sistema de valores, recuerden más los pasados gloriosos que los traumáticos, hace del deber de memoria un elemento necesario en todas las sociedades modernas (Todorov, 1999). Gracias al deber de memoria, de hecho, las instituciones son conscientes de la responsabilidad que recae sobre ellas para llevar a cabo políticas de recuperación de la memoria histórica. Entendiendo este deber no como el reconocimiento banal de una gran parte de la sociedad que juega el papel de víctimas en la historia, sino como la necesidad de reconocimiento de aquellas ideas que hicieron a dicha parte de la sociedad convertirse en víctimas (Vinyes, 2009).

La fuerte aparición a nivel social de este deber de memoria ha provocado que cada ciudadano se haya convertido en el propio historiador de sí mismo (Nora, 1984), colaborando con una suerte de democratización del proceso de conocimiento histórico que acaba provocando el interés general en los temas del pasado, así como el acercamiento a todos esos lugares de memoria que nos transportan tiempo atrás.

Así pues, el proceso de acercamiento al pasado por parte de las masas que fomenta el arraigo del deber de memoria, puede ser considerado como uno de los elementos clave a la hora de establecer

porque los espacios de memoria han acabado convirtiéndose en lugares atractivos al público. De hecho, no podemos entender los procesos de puesta en valor turística de los espacios de memoria sino es relacionándolos con el concepto de deber de memoria. No deja de ser un tema polémico, pues el turismo puede ser señalado como uno de los causantes de la mencionada banalización de la memoria, privilegiando el desarrollo económico en clave turística sobre la función de difusión memorial. El turismo de memoria, sin embargo, es un concepto ligado indefectiblemente al de deber de memoria, lo que permite dejar de lado posibles discusiones sobre cuál de sus vertientes debería priorizarse. El desarrollo económico y la recuperación y difusión de los valores emanados de la memoria del espacio en cuestión están estrechamente relacionados y no se entienden el uno sin el otro (Hertzog, 2013).

El concepto de *“lieux de mémoire”* nace de la mano del historiador francés Pierre Nora (1984), quien con una tesis que rompió con todo, estableció que dichos lugares de memoria iban más allá de lo físico y tangible. Junto a lugares como el Panteón o el Arco de Triunfo, Nora consiguió afirmar que la historia de la vida o la Marsellesa también son lugares de memoria (Colomines; Villarroya, 2007). Desglosó, además, los lugares de memoria en tres categorías básicas; materiales, simbólicos y funcionales, pero en ningún caso se trataba de una clasificación cerrada, pues con posterioridad otros autores han incluido y modificado nuevas modalidades de espacios de memoria (Ferrándiz, 2011). Aún con esta amplitud definitoria, el hecho es que en la práctica un espacio de memoria suele ser un lugar relacionado con un hecho trágico (Bourgon, 2013). Existe, pues, un fuerte lazo entre la memoria y los pasados traumáticos, donde los espacios de memoria son su escenificación, y potenciarlos como lugar visitable es una de las principales estrategias para la recuperación de dicha memoria.

En palabras de Jean Michel Grard (2003: 72): *“A día de hoy, lugar de memoria es una palabra “comodín” que incluye todo tipo de manifestaciones ligadas a la historia”*. Pero sin dejar de matizar que

los lugares de memoria están ligados a una historia viva y a sus testimonios, enfrente de los lugares históricos presentados como elementos estancos e inmóviles (Grard, 2003; Guixé, 2009; Font, 2013).

Hoy día los espacios de memoria representan una doble cara. La del pasado y la del futuro, pues al ser convertidos en símbolos, pueden extraerse de ellos varios significados. Contribuyen a esclarecer las maneras en las que un colectivo se relaciona con su pasado, y su estudio mejora el conocimiento que se tiene sobre un pasado herido o mutilado, representando el símbolo de una desaparición, pero también el baluarte contra su olvido (Toledano, 2009). Cualquier sociedad actual está tomando medidas de cara a la consolidación de sus espacios de memoria, pues su carácter cohesionador los convierte en una buena herramienta para la construcción de discursos a nivel social y político. En este sentido, el propio Nora (1998) destaca como España, al igual que otros países que han roto con un pasado dictatorial donde la historia oficial ha marcado el rumbo, busca la consolidación de sus espacios de memoria.

El punto de partida a escala internacional para empezar a tratar los espacios de memoria, fue la proliferación de estudios sobre el Holocausto llevada a cabo en los años 80 (Huyssen, 2002; Lalieu, 2003). Décadas antes, sin embargo, hay un caso aislado a nivel mundial que supondrá el auténtico precursor del estudio de los lugares de memoria, Israel. Una vez instaurado su propio Estado en tierras palestinas, hizo de la rememoración de la Shoah uno de los pilares de su existencia como nación. Así, el año 1953 se inaugura el Museo de Yad Vashem en Jerusalén Oeste, referencia universal en lo concerniente a espacios memoriales. Se trata de un espectacular museo dedicado a la memoria de las víctimas del Holocausto y a la resistencia de los combatientes en los guetos. Renovado en profundidad entre 1995 y 2005, sus cifras de visitantes oscilan de manera regular alrededor de los 2 millones de visitantes anuales, lo que corrobora que, además de precursor, es también el museo más importante del mundo en la materia. No existe ningún otro equipamiento comparable en todo el mundo, tanto por sus dimensiones como por la calidad de la museografía y las instalaciones (Hernández; Santacana, 2011).

Por lo que respecta a la puesta en valor de los espacios del Holocausto en Europa, a partir de la década de los 90 son numerosos los proyectos emprendidos y que hoy día funcionan como recursos turísticos de primer orden, como pueden ser los memoriales de los campos de concentración de Auschwitz (Polonia), Mauthausen (Austria), o Sachsenhausen (Alemania). Este último, situado en Berlín, se ha convertido en uno de los reclamos más importantes de la ciudad en lo referente al turismo cultural, ofreciendo visitas guiadas en varios idiomas.

Además del Holocausto, la gran cantidad de espacios referidos a las guerras mundiales alrededor de Europa, así como los casos específicos del Cono Sur en Latinoamérica, Suráfrica, o los países del antiguo bloque del este, confirman el auge y la consolidación de un patrimonio que hace del deber de memoria una oportunidad de desarrollo turístico.

### 3. El paradigma memorial en España: una necesaria evolución

La memoria requiere de procesos que supongan elementos forjadores de la misma, en el caso de España, dicho proceso fue representado por la Guerra Civil y su posterior desenlace. El franquismo triunfante al final del conflicto creó un relato, con sus códigos y símbolos, que se impuso socialmente en un país devastado por la guerra. Este relato oficialista de la memoria perduraría impecable e implacable hasta el final de la dictadura, cuando se impuso el olvido del pasado como receta para la conciliación de las memorias de ambos bandos. No es hasta la entrada del S.XXI, y gracias al voluntarioso trabajo de las asociaciones para la recuperación de la memoria histórica, que la memoria silenciada durante tantas décadas ha pasado a ser un sujeto protagonista a nivel social y político. Al respecto, Aróstegui (2006) tipifica tres categorías: memoria de la identificación o confrontación (durante la dictadura franquista), memoria de la reconciliación (de la transición a final del S.XX), y memoria de la reparación (actualidad).

El proceso de legitimación del franquismo, iniciado antes de acabada la guerra, requería de un discurso de la memoria, el cual se formó incorporando los símbolos de las diversas familias coexistentes dentro del régimen: falangistas, tradicionalistas, y católicos (Box, 2007). En estos términos habla Ferrándiz (2011: 30) sobre la formación de dicho discurso memorial: *“Las políticas públicas de la memoria de la Guerra Civil durante el franquismo se derivaron inicialmente de la elaboración de un relato nacionalcatólico de la Guerra Civil y de una glorificación propagandística de la victoria militar y de sus prohombres, batallas, héroes y mártires...los vencedores de la Guerra Civil instalaron sobre España toda una cartografía de la memoria que pretendía establecer en el país un régimen de “eternidad del recuerdo” oficial”*. El caso más emblemático de simbología y memoria franquista se encuentra en el “Valle de los Caídos”, la obra faraónica proyectada por el dictador Francisco Franco y construida en

la sierra madrileña con la mano de obra esclava de presos republicanos. Principal lugar de memoria del franquismo, persiste en la actualidad sin haber sufrido un cambio sustancial en su discurso y su significación memorial (Santacana, 2004; Ferrándiz, 2011; Núñez, 2011).

La transición a la democracia en España supuso un proceso de “transición vía transacción” (Redero, 1993), tutelado desde dentro del aparato gubernamental franquista, y pactado en condiciones posibilistas con las fuerzas de la oposición. Reivindicado en su día como modélico, así como aún hoy día por determinados sectores, ello no evita evidenciar numerosas deficiencias (Rúa Fernández, 2007), de entre las cuales destacaríamos, como no, el tema de la memoria histórica en sus diferentes vertientes. Años después de muerto el dictador, se podía constatar como el franquismo “*estaba ahí, en los aparatos del Estado, en los grupos de derecha y ultras (“el búnker”), en la prensa del Movimiento y en muchas corporaciones locales, algunas de las cuales erigieron estatuas al dictador incluso después de su muerte*” (Castro Berrojo, 2011: 93). En definitiva, el proceso de transición a la democracia supuso la consolidación de un modelo de memoria institucional y no social que se basara en el olvido y no en la reparación. Este modelo, amparado legalmente por una ley de tipo punto y final, como fue la ley de amnistía aprobada en Octubre del año 77 (Ley 46/1977), constaba de una estructura donde la reconciliación era el objetivo, la censura el programa, y el olvido el instrumento (Vinyes, 2009). Todos estos elementos han sido parte del discurso creado en la transición donde se equipararon las culpas entre los golpistas y los demócratas, generando así el relato de equidistancia ideológica al que aún se aferran hoy día las fuerzas conservadoras en España (Escudero, 2011a).

Hubo que esperar, pues, al cambio de siglo, para consumir el cambio de paradigma de la memoria en España hacia posiciones reparacionistas. Los orígenes los encontramos en la acción de la Asociación para la Recuperación de la Memoria Histórica (ARMH), cuando el año 2000 llevaron a cabo la primera exhumación de una fosa común, desenterrando trece cadáveres en el pueblo leonés de Priaranza del Bierzo (Núñez, 2011; Silva, 2011). Fue la primera vez que se hacía una exhumación de carácter científico, pues entre los años 1977 y 1991 se hicieron algunas, de manera dispersa, y sin ningún tipo de apoyo técnico ni metodología científica (Exteberría, 2011). A causa del empuje del movimiento asociacionista, la cuestión memorial acabó llegando a la esfera política, siendo aprobada por el parlamento español la Ley de Memoria Histórica a finales de 2007 (Ley 52/2007). Sin embargo, la ley fue rechazada por el conjunto total del mundo asociativo memorial, pues no iba más allá de una reparación nominal sin efectos jurídicos ni legales (Silva, 2011; Escudero, 2011b). De la misma manera, encontró la oposición frontal del conservadurismo español, que se aferraba herméticamente a las tesis de la equidistancia ideológica, y que consideraba estas reparaciones una manera de reabrir heridas pasadas. Sin embargo, como apunta Julián Casanova (2008), las políticas públicas de la memoria son imprescindibles ante casos flagrantes de crimen organizado, como el caso del franquismo, debiendo servirse de los archivos, la educación, y los propios museos para tirarlas adelante.

Paralelamente a este proceso llevado a cabo a nivel del conjunto del estado español, Cataluña crea también su propia ley de memoria histórica, la *Llei del Memorial Democràtic* (Llei/2007). Aportando la especificación del término memoria democrática, establece la creación de una institución pública, el *Memorial Democràtic* de la Generalitat de Catalunya, cuya finalidad es recuperar, conmemorar y fomentar la memoria democrática catalana, enmarcándola a su vez en el eje cronológico comprendido entre los años 1931 y 1980. El hecho es que Cataluña, por sus propias características que en la época hicieron que la guerra se desarrollara con diferente intensidad y protagonismo que en otros puntos de España, ha tenido también su propio camino en lo que respecta a la recuperación de la memoria histórica. El debate ideológico está presente, pero con la creación de esta institución, blindada con una ley, se ha creado la semilla para hacer que los episodios más ignominiosos de la historia del país no caigan en el olvido.

#### 4. El turismo de memoria: la fórmula francesa para la activación económica del patrimonio memorial

El concepto de turismo de memoria nace en Francia a principios de S.XXI, resultado de décadas de trabajo en materia de puesta en valor patrimonial de los espacios de memoria ligados a las dos guerras mundiales y al Holocausto. Cavaignac y Deperne (2003: 14) realizaron esta definición: “*El turismo de memoria puede ser definido globalmente como la práctica que incita al público a explorar los elementos patrimoniales puestos en valor, para así extraer todo el enriquecimiento cívico y cultural que nos proporciona la referencia al pasado*”.

De la potenciación de esta nueva tipología de turismo se encargó el propio estado francés. De la estrecha colaboración entre la *Direction de la Mémoire, du Patrimoine, et des Archives* (DMPA) y la *Office National des Anciens Combattants et Victimes de Guerre* (ONAC-VG), adheridas al *Ministère de*

la *Défense*, i el *Sécretariat d'État au tourisme*, dependiente del *Ministère de l'Artisanat, du Commerce, et du Tourisme*, surgió la creación de la red *chemins de mémoire*. Dicha red se articuló en base a una estructura de nodos, denominados *points d'appui*, que quedaron inseridos a su vez en cuatro grandes ámbitos históricos: Las fortificaciones (S.XVI-XX), Guerra Franco-Prusiana (1870-1871), 1º Guerra Mundial (1914-1918), y 2ª Guerra Mundial (1939-1945).

Los objetivos del turismo de memoria en Francia son la educación cívica y el desarrollo territorial. Además, la gran cantidad de patrimonio militar que ya no sirve a sus usos originales convierte el hecho de poder revalorizarlo en otra motivación para potenciar el turismo de memoria (Da Silva; Bougon, 2013). Con respecto a la educación cívica, vale mencionar que hablar de turismo de memoria es hablar de una práctica eminentemente pedagógica, pues lo que se intenta es despertar la conciencia histórica del turista, entendiendo el epíteto histórico no como algo relacionado al simple recuerdo sino como algo más profundo. Se trata de, mediante el recuerdo, reconocer y aceptar nuestro pasado, por muy duro que sea (Urbain, 2003).

Los espacios de memoria, entendidos como patrimonio valorizado para el turismo, tienen una eminente misión educativa y de transmisión de valores. En el contexto europeo actual, donde hay determinadas posturas historiográficas relacionadas con la negación del Holocausto, las prácticas turísticas ligadas a sus lugares de memoria son una actividad necesaria para mantener viva la memoria de aquellos horribles hechos (Kremenetzky, 2003). La creación de estructuras en red, al estilo de *Chemins de mémoire*, no es sino la consecuencia de captar la globalidad de la memoria como una suma de memorias locales.

Los orígenes del turismo de memoria los encontramos ya en los años 20 del S.XX, con las peregrinaciones de los antiguos combatientes a los espacios donde se habían desarrollado las batallas de la Primera Guerra Mundial (Da Silva; Bougon, 2013). Estas prácticas eran muy arcaicas, nada parecido a lo que hoy entendemos por turismo de memoria. Su importancia, sin embargo, es vital, pues sirvieron para mantener activa la vida y la simbología de estos espacios, hecho que acabó desembocando en la creación del modelo de turismo de memoria actual. Este proceso de cambio y adaptación de modelo se explica gracias a la evolución del tipo de visitantes, pasando de ser tan solo antiguos combatientes y familiares, a un nutrido y diversificado grupo, donde los escolares son mayoritarios, y donde la gente de fuera de Francia acude con asiduidad (Bouliou, 2013). El cambio generacional también es un elemento importante, pues la gente que no ha vivido los conflictos se interesa por sus espacios, creando así la necesidad de crear herramientas de interpretación, y provocando de esta manera el desarrollo de todas las iniciativas museísticas ligadas a los lugares de memoria. Así, el elemento interpretativo alrededor de los mismos es la principal característica en lo referente a su estrategia museográfica. Esta es la tendencia actual para toda la museografía dedicada a temas históricos en general (Hernández, 2005), y todavía más significativa si cabe para los espacios de memoria.

El proceso de transición de un espacio de memoria a un espacio de uso turístico implica una planificación detallada, en la que *“se trata de preservar un espacio desarrollando un recorrido de visita racional y creando recursos museográficos de sensibilización y conocimiento”* (Lalieu, 2003: 29). Una buena estrategia museográfica, así como una utilización efectiva de las herramientas de difusión de que se disponga, son fundamentales de cara a la divulgación del discurso pedagógico elaborado para la valorización de un lugar de memoria. Es así como se evita una posible banalización derivada de la práctica turística, convirtiéndolo en un producto sostenible que se apoya en la solidez de su relato. De esta manera, una buena implementación del turismo de memoria implica el desarrollo de estrategias de interpretación para sus espacios, con el fin de conseguir la implicación total del visitante. Al respecto, Stéphane Grimaldi (2013: 106), director del Memorial de Caen, comenta: *“Nosotros hacemos a nuestro público la promesa de proporcionarle las claves no para realizar una visita con las manos en los bolsillos o para ser tan solo emocionados, sino para comprender. Comprender los mecanismos de la historia, comprender sus aproximaciones, observar las sociedades en guerra, y así desarrollar ellos mismos una visión crítica de la historia”*.

Al tratar la historia de los conflictos armados, el turismo de memoria está estrechamente ligado al patrimonio bélico, pues representa un recurso tangible de primer orden para el desarrollo de productos. Es uno de los patrimonios emergentes del S.XXI debido a su enorme potencial y al hecho de haber sufrido muchos cambios en su concepción museográfica en los últimos tiempos. Lejos han quedado ya los museos militares donde la principal función era fomentar la grandeza de la patria. Transmitían un mensaje propagandístico alejado de los elementos educativos con los cuales se trabaja hoy día. Contra esa vieja concepción, se ha consolidado la idea del museo militar, o espacio bélico museizado, donde las estrategias museográficas emanan de una idea de civilidad contrapuesta a cualquier espíritu belicista. Mediante una visión holística, y más allá del elemento bélico, exponen todo aquello necesario para comprender en profundidad las causas que han llevado a una sociedad a participar en un conflicto armado (Hernández; Rojo, 2011). Y es que, relacionándolo con el turismo de memoria y el caso catalán,

es importante mencionar que el patrimonio bélico tiene un enorme potencial, pero si se deja de banda su parte intangible ligada a la lucha por los valores democráticos, estamos hablando de algo completamente vacío de carácter memorial (Guixé, 2009).

El turismo de memoria, que en Francia cuenta ya con más de una década de conceptualización y de numerosas experiencias alrededor del territorio, puede decirse que, pese a las 4 categorías especificadas con la creación de la red *chemins de mémoire*, se desarrolla en su práctica totalidad en los lugares de memoria ligados a las dos guerras mundiales (Bouliou, 2013). En la actualidad tiene tanto protagonismo que ha supuesto que regiones donde anteriormente no había ningún potencial turístico se hayan convertido en destinos relativamente considerados (Cavaignac; Deperne, 2003; Halter, 2003). Las cifras hablan por sí mismas: 6 millones de visitantes registraron en 2010 los espacios incluidos en el estudio realizado por la agencia francesa de turismo *Atout France* (Mantei, 2012) sobre una muestra sumaria que no supone ni el 20% de los equipamientos memoriales con vocación turística. La efeméride del año 2014, que representa el centenario del inicio de la 1ª Guerra Mundial, así como el sesenta aniversario del desembarco de Normandía, es un punto clave para contemplar su evolución en un futuro próximo (Da Silva; Bougon, 2013).

### Matriz de posicionamiento de la tipología de visitantes del turismo de memoria en Francia



Fuente: Adaptado de Mantei (2012).

## 5. El turismo de memoria en Cataluña: una red de espacios

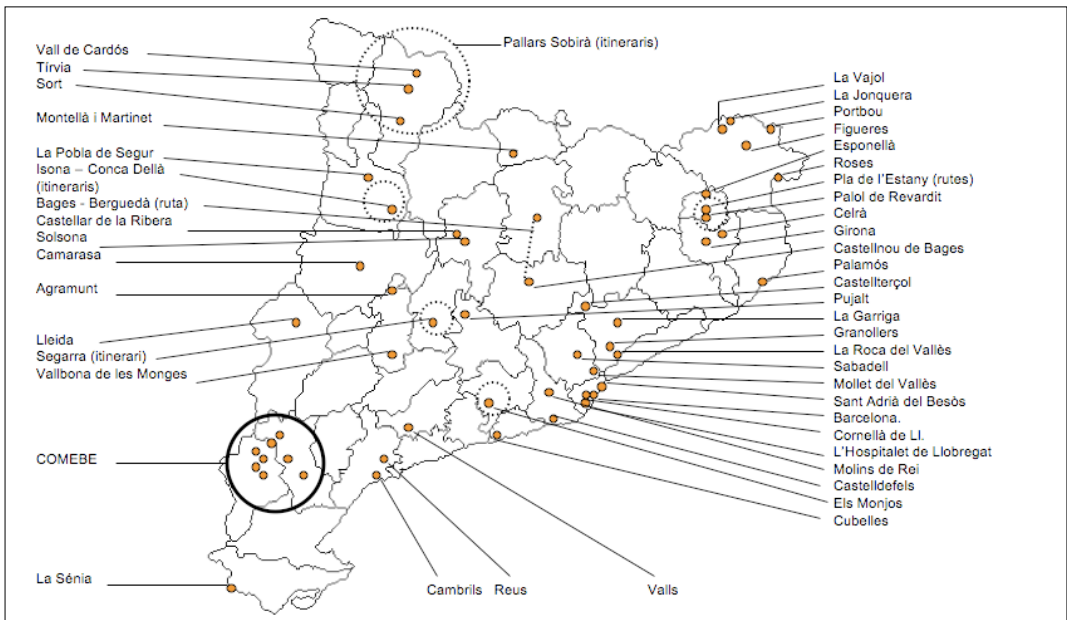
Siguiendo el filo del caso francés, su esquema se adapta al modelo que Andreu y Pujadas (2011) establecen para el turismo de memoria en Cataluña desde la perspectiva del *Centre d'Espais de la Batalla*

de l'Ebre (CEBE), en Gandesa. El turismo de memoria en Cataluña posee dos dimensiones: la búsqueda de la normalización democrática, y la puesta en valor patrimonial en clave turística y de desarrollo local.

Del mismo modo, Cataluña desarrolla una estructura de espacios memoriales, inspirada en el ejemplo francés, a partir de las bases sentadas con la *Llei del Memorial Democràtic*. En su artículo nº 3, establece las ocho funciones que debe llevar a cabo la recientemente creada institución del Memorial Democrático, de donde destacamos la siguiente: *“La difusión del patrimonio democrático y de los espacios de memoria, con la creación de un fondo informativo integrado por un servicio de información documental, un portal informático, un banco de datos audiovisuales y bases de datos, y también con la organización de exposiciones”* (Llei 13/2007: 45.175). Se puso en marcha, entonces, el proceso de puesta en valor del patrimonio memorial catalán, que se mostró rico en variedad material e inmaterial, y que necesitaba el empuje necesario para que la administración asumiera su rol protagonista para así, además de conseguir un efecto reparador sobre las personas, asegurar su transmisión a las generaciones venideras. La legislación catalana aplicable al respecto en aquel momento, representada por el *Estatut* del año 2006 y la propia *Llei del Memorial Democràtic*, establecía que el patrimonio memorial debía ser tratado a la misma altura que cualquier otro tipo de patrimonio cultural, pero la realidad, como explica Guixé (2009: 380), no era así: *“El análisis de la normativa vigente sobre patrimonio cultural catalán pone en evidencia que el patrimonio memorial forma parte de él de pleno derecho. Pero la realidad es que en la mayoría de los casos los vestigios históricos del período 1931-1980 no reciben el tratamiento y la consideración de bien cultural ni disfrutan de las categorías que la ley determina”*.

Así es como se inicia el proceso de valorización del patrimonio memorial catalán desde el Memorial Democrático. La prospección del territorio acaba con una sorprendente y abundante identificación de lugares de memoria, a partir de la cual se conceptualiza el primer mapa de los espacios de memoria democrática en Cataluña. Se establece, además, que las autoridades locales debían hacer uso de la declaración de Bien Cultural de Interés Local (BCIL) para sus elementos patrimoniales de memoria, y así dotarlos de los mecanismos de protección inherentes a dicha categoría.

### Mapa de los espacios identificados por el Memorial Democrático dentro del Plan de Actuación de los Espacios de Memoria de Cataluña (2007).



Fuente: Pla d'Actuació dels Espais de Memòria de Catalunya.

A partir de ese trabajo de identificación se desarrolla la estructura de la futura red de espacios de memoria democrática de Cataluña. Inspirada en el caso francés, dispone de un carácter eminentemente horizontal, con solo dos o tres puntos fuertes que tengan la responsabilidad de gestionar el resto de puntos de proximidad, rutas, y demás espacios. Al igual que la red *chemins de mémoire*, que basa su articulación en la existencia de *points d'appui*, la red de lugares de memoria de Cataluña ha conceptualizado una estructura basada en puntos de apoyo, los cuales, *“como pequeños centros de interpretación, representan o están ubicados en espacios de interés memorial e histórico y tienen que contar con una sólida infraestructura funcional para su capacidad de acogida turística y pedagógica y cultural. Son centro de información y de documentación”* (Guixé, 2008: 224).

Es así como, mediante una orden del entonces Departamento de Interior, Relaciones Institucionales y Participación, se crea el año 2010 la *Xarxa d'Espais de Memòria de Catalunya* (Ordre IRP/91/2010) que nace con la vocación de ser nexo de unión entre todas aquellas administraciones locales que deseen poner en valor su patrimonio ligado a la memoria histórica. En cuanto a sus objetivos generales, estos pasan por recuperar, señalar y difundir, todo el patrimonio ligado a la memoria democrática dentro del marco cronológico creado por el Memorial Democrático, que abarca de 1931 a 1980. La orden legislativa de creación de la red (Ordre IRP/91/2010, DOGC n° 5576: 14.651) dice lo siguiente con respecto a la categorización de los elementos pertenecientes a dicho patrimonio: *“La Red de Espacios de Memoria Democrática de Cataluña incluirá territorios de memoria, centros expositivos de referencia, patrimonio recuperado in situ (trincheras, bunkers, espacios de duelo y fosas comunes, etc.), caminos de memoria (rutas del exilio, camino de la libertad, etc.), lugares y espacios de resistencia, archivos y centros de documentación, y monumentos memoriales”*.

El artículo 3 de la orden establece la estructura de la red, en la cual existe una jerarquía según el grado de implicación de cada elemento dentro de la misma. Así, hay sedes y secciones, y dentro de estas últimas se distingue entre centros de referencia y espacios. Como sedes hay la propia del Memorial Democrático en Barcelona, que se establece como eje vertebrador central, y dos entidades consorciadas con la Generalitat a través del Memorial Democrático, que son el Consorcio de Espacios Memoriales de la Batalla del Ebro (COMEBE- Corbera d'Ebre) y el Museo Memorial del Exilio (MUME- La Jonquera). A las sedes, como esos puntos fuertes encargados de gestionar el resto de elementos de proximidad, les corresponde la función de valorizar y divulgar aquellos espacios adscritos a su zona de influencia.

En las secciones se diferencia entre centros de referencia y espacios. Respecto a los primeros, *“se consideran centros de referencia aquellos centros consolidados de memoria incluidos en alguno de los ámbitos temáticos del Plan de Actuación de la Red de Espacios y que desarrollen una acción de dinamización del territorio”* (Ordre IRP/91/2010, DOGC n° 5576: 14.652). Aquí consideraríamos todos esos lugares con estructura suficiente como para ser gestionados y visitados. Centros de interpretación, museos especializados, o espacios museizados donde la visita requiere una entrada, son ejemplos de centros de referencia.

Referente a los espacios, *“se consideran espacios, aquellos elementos, bienes que configuran el patrimonio memorial de Cataluña. Están adscritos a un municipio o consejo comarcal, y relacionados con alguno de los ámbitos temáticos del Plan de Actuación de la Red de Espacios de Memoria”* (Ordre IRP/91/2010, DOGC n° 5576: 14.652). En esta categoría entran esos elementos donde la gestión no requiere organizarse al mismo nivel de los anteriores. Rutas señalizadas, marcadores diversos sobre espacios concretos, etc.

A nivel de estructura temática, la *Xarxa d'Espais de Memòria* se divide en los siguientes ámbitos: espacios de la Segunda República, espacios de la Guerra Civil, espacios de frontera y exilio, y espacios de lucha antifranquista y recuperación democrática.

La creación de esta red ha supuesto un hito en España, pues supone un referente de modelo de gestión integral que, gracias al impulso de la iniciativa pública, ha colaborado a acabar con la atomización existente hasta entonces. Tal y como indica Guixé (2008: 226), la clave consiste en *“poder conseguir la máxima unidad y uniformidad para toda Cataluña y no diseminar colores, recursos e interpretaciones sin tener en cuenta que la complejidad del proyecto requiere de un diálogo permanente entre académicos, universidades, poderes locales, asociaciones, entidades locales y la Generalitat a través de sus organismos competentes”*.

Siguiendo la metodología empleada en Francia (Mantei, 2012), podemos establecer la siguiente tipificación para los espacios de memoria existentes en Cataluña:

**Espacios testimonio:** lugares donde se han producido directamente los acontecimientos que lo han convertido en espacio de memoria, como son los caminos del exilio o los espacios protagonistas de la batalla del Ebro.



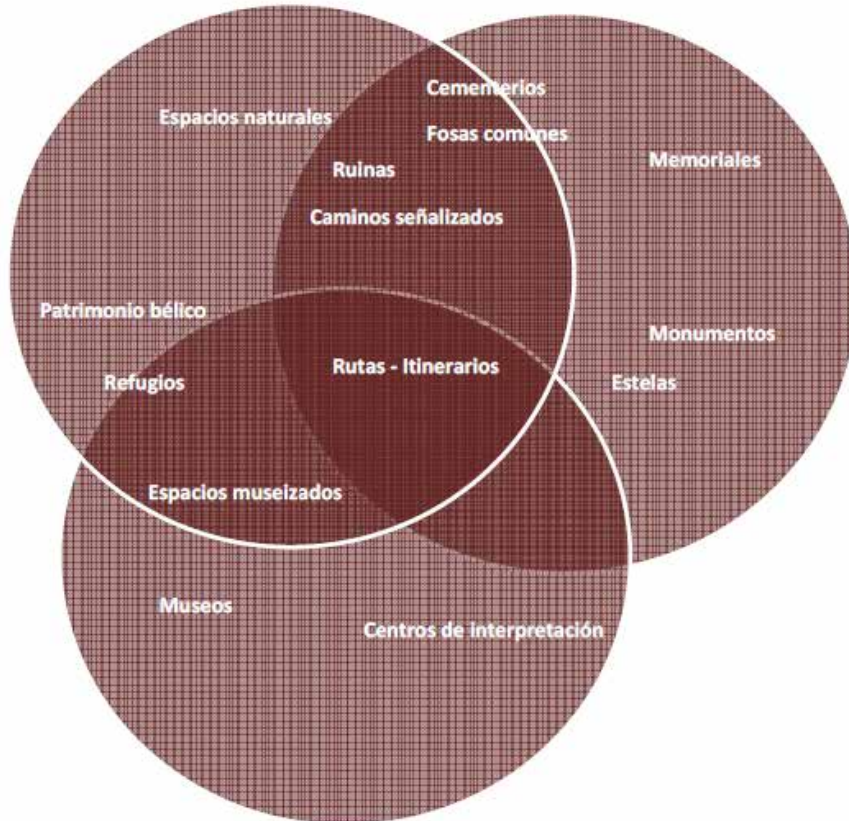
**Espacios conmemorativos:** Lugares dedicados al homenaje y al recuerdo, como el Memorial del Coll dels Belitres en Portbou, segundo lugar fronterizo en importancia para el exilio, o el Memorial de Les Camposines en la Fatarella, dedicado a las víctimas de la batalla del Ebro

**Espacios informativos y pedagógicos:** lugares dedicados a la divulgación desde un ángulo particular, y donde la difusión memorial consta de elementos de interpretación, como son los propios centros del MUME y el COMEBE.

### Categorías de espacios para el turismo de memoria en Cataluña.

#### ESPACIOS TESTIMONIO

#### ESPACIOS CONMEMORATIVOS



#### ESPACIOS INFORMATIVOS Y PEDAGÓGICOS

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Mantei (2012).

##### 5.1. El Museo Memorial de l'Exili (MUME): memoria trasfronteriza

Dentro de la estructura de la *Xarxa d'Espais de Memòria* sobresalen, pues, 3 espacios que tienen la categoría de sedes. De entre ellos destaca el Museo Memorial de l'Exili en La Jonquera. Por volumen de visitantes, nivel de implementación de actividades en el propio museo y en el territorio, así como por el arraigamiento en el mundo memorialístico a ambos lados de la frontera, el MUME puede ser considerado como el centro memorial de referencia en Cataluña.

El MUME inicia su actividad en Febrero de 2008 ligado al Memorial Democrático. Representa un espacio de memoria de nueva creación, justificado por estar ubicado en una población (La Jonquera) por

donde se calcula que marcharon al exilio la mitad de las aproximadamente 470.000 personas huídas en Febrero de 1939 tras la caída de Cataluña en manos del ejército franquista. Su misión es investigar, conservar y divulgar, todos aquellos elementos tangibles e intangibles relacionados con el fenómeno del exilio republicano y su legado. El museo cuenta con una exposición permanente dividida en cinco ámbitos y con una sala polivalente dedicada a exposiciones temporales y organización de eventos culturales y académicos. Además, como resultado de su estatus de sede de la *Xarxa d'Espais de Memòria*, el MUME es responsable indirecto de la gestión de más de una veintena de espacios pertenecientes a la red en su área de influencia, e implementa asimismo, varias rutas e itinerarios sobre el territorio gracias a la labor de su servicio educativo.

Uno de los elementos que hace del MUME un espacio singular en Cataluña, a la vez que referente, es el estar ubicado en territorio de frontera. La condición emanada de dicha característica hace necesaria una orientación especial en sus políticas de difusión turística, teniendo presente siempre que deben ir dirigidas a los públicos de ambos lados de la frontera. Francia dispone de un largo recorrido con respecto a la divulgación de memorias transfronterizas con varios de sus países vecinos, y gracias a la labor desempeñada desde el MUME, comienzan a arraigar dichas prácticas también en la frontera pirenaica. Como ejemplo de dicho bagaje, puede mostrarse el caso de Nord-Pas de Calais (Francia) con el sur de Bélgica, donde ya llevan varias décadas de valorización turística compartida en base a la memoria de las dos guerras mundiales. Allí, *“los actores institucionales y privados (museos) son inducidos a cooperar para la organización de eventos culturales comunes, la realización de una cartografía transfronteriza de espacios históricos y la elaboración de una política memorial y turística transnacional fundada sobre la defensa de valores comunes como la paz”* (Hertzog, 2013: 57).

Desde el MUME se implementan rutas e itinerarios que abarcan todo el espectro de la memoria del exilio en el sur de Francia. La maternidad de Elne, los municipios de Saint Cyprien y Argelès-sur-Mer, o el memorial del campo de Rivesaltes, son buenos ejemplos de las prácticas que convierten al MUME en un espacio de referencia a ambos lados de los pirineos. La memoria del exilio desprende un fuerte potencial transfronterizo, encajando en el modelo de *“mémoire partagée”* propuesto por Cavaignac y Deperne (2003) para la 2ª Guerra Mundial. Así pues, a este respecto se trabaja para utilizar dicho potencial como un elemento clave en la consolidación patrimonial y turística de la memoria democrática de Cataluña ligada al exilio.

### **Memorial del Coll dels Belitres en la población fronteriza de Portbou, con señalizaciones explicativas del exilio republicano.**



Fuente: MUME.

## 6. Conclusiones

La memoria histórica en España, a reflujo del auge memorial que conoció el contexto europeo de finales de S.XX, conoce en la actualidad su momento más protagónico, del cual ha nacido el actual proceso de valorización patrimonial ligado a sus espacios de memoria, con Cataluña como referente.

En todo momento, el espejo donde el proceso de puesta en valor de la memoria democrática de Cataluña ha buscado reflejarse ha sido Francia. Allí es donde mejor se ha comprendido que la memoria de su pasado trágico es un elemento que, ligado a una estrategia turística, puede convertirse en un patrimonio cultural de primer orden, así como en un importante reclamo para el visitante. Así, el modelo de turismo de memoria catalán muestra unas características similares al francés, con la particularidad de estar relacionado con un relato histórico que hace que pueda ser definido como turismo de memoria democrática, y que tiene el patrimonio de la Guerra Civil su máximo exponente. Pero los casos de Cataluña y Francia son equiparables solo en forma, no en fondo. Francia ha desarrollado un relato histórico inclusivo donde el grueso de la ciudadanía se siente partícipe de la memoria emanada de sus espacios, la cual está relacionada con los valores de la libertad enfrente de totalitarismos exteriores. Cataluña, sin embargo, siempre va a tener que lidiar con el bagaje memorial impuesto por el franquismo en la dictadura, perpetuado bajo el disfraz de la equidistancia hasta finales de S.XX., y que supone un claro hándicap a nivel de puesta en valor turística.

La práctica turística sobre los espacios de memoria nunca va a dejar de suponer un peligro de banalización de los mismos. Sin embargo, la teoría al respecto de los usos turísticos de la memoria como un elemento de difusión cívica y pedagógica, contradice este peligro de banalización, y convierte al turismo de memoria en una herramienta más para concienciar a las sociedades sobre el respeto a los valores de la libertad y la convivencia. El caso catalán, demuestra cómo la estrategia de puesta en valor turística de sus lugares de memoria, ha colaborado con la recuperación de su memoria democrática.

La experiencia existente hasta el momento muestra la importancia que tienen las estrategias de colaboración entre asociaciones, sector privado, e instituciones a todos los niveles, de cara a la creación y consolidación de productos turísticos de memoria. Consolidado el modelo en Francia, y puestas las bases para el arraigo del modelo catalán, es misión de todos los agentes del mundo de la cultura y del turismo, trabajar hacia un modelo donde a la vez que se activa el desarrollo económico, se está colaborando con la construcción de una sociedad más justa y libre para las generaciones venideras.

## Bibliografía

- Andreu, Agustí y Pujadas, Joan Josep  
2011. "El turismo de memoria: la patrimonialización de la memoria histórica en Catalunya. El proyecto "Más allá de una batalla" (la batalla del Ebro, Gandesá)". En Prats, Llorenç y Santana, Agustín (Coords.), Turismo y patrimonio, entramados narrativos (pp. 271-287). La Laguna (Tenerife): Pasos Edita.
- Aróstegui, Julio  
2006. "Traumas colectivos y memorias generacionales: el caso de la guerra civil". En Aróstegui, Julio y Godicheau, François (Eds.), Guerra Civil. Mito y memoria (pp. 57-92). Madrid: Marcial Pons.
- Bouliou, Claude  
2013. "Du tourisme des batailles au tourisme des mémoires". Cahier Espaces, 313: 68-71.
- Bourgon, Anne  
2013. "Les lieux de mémoire, une valeur sociale plus que touristique". Cahier Espaces, 313: 62-67.
- Box, Zira  
2007. "La construcció de la memòria oficial. La legislació franquista sobre símbols". En Colomines, Agustí y Villarroya, Joan (Coords.), Dossier Història i memòria del segle XX (pp. 41-59). Catarroja (Valencia): Editorial Afers.
- Casanova, Julián  
14 Septiembre 2008. "Otras memorias: Chile, Uruguay, Argentina (El País Domingo)". En Ventura, Núria (Coord.) (2009), La memòria històrica: Dossier 76 (p. 84). Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Cassassas, Jordi  
2008. "La història declinant. Breus notes sobre l'auge de la "memòria històrica". Cercles. Revista d'història cultural, 11: 8-15.

Castro Berrojo, Luis

2011. "Símbolos (Las políticas de la memoria)". En Escudero, Rafael (Coord.), *Diccionario de memoria histórica. Conceptos contra el Olvido* (pp. 89-94). Madrid: Los Libros de la Catarata.

Cavaignac, François; Deperne, Hervé

2003. "Les Chemins de mémoire. Une initiative de l'État". *Cahier Espaces*, 80: 12-21.

Colomines, Agustí y Villarroya, Joan

2007. "Història i memòria del segle XX". En Colomines, Agustí y Villarroya, Joan (Coords.), *Dossier Història i memòria del segle XX* (pp. 11-16). Catarroja (Valencia): Editorial Afers.

Da Silva, Magali y Bougon, Laure

2013. "Le tourisme de mémoire. Un enjeu civique, pédagogique, économique et culturel pour la France". *Cahier Espaces*, 313: 48-51.

Escudero, Rafael

2011<sup>a</sup>. "Conceptos contra el Olvido: Una guía para no perder la memoria". En Escudero, Rafael (Coord.), *Diccionario de memoria histórica. Conceptos contra el Olvido* (pp. 7-14). Madrid: Los Libros de la Catarata.

2011<sup>b</sup>. "Nulidad/ilegitimidad de las sentencias franquistas (Las políticas de la memoria)". En Escudero, Rafael (Coord.), *Diccionario de memoria histórica. Conceptos contra el Olvido* (pp. 84-89). Madrid: Los Libros de la Catarata.

Etxeberria, Francisco

2011. "Exhumaciones (Las políticas de la memoria)". En Escudero, Rafael (Coord.), *Diccionario de memoria histórica. Conceptos contra el Olvido* (pp. 77-84). Madrid: Los Libros de la Catarata.

Ferrándiz, Francisco

2011. "Lugares de memoria (Las piezas de la memoria)". En Escudero, Rafael (Coord.), *Diccionario de memoria histórica. Conceptos contra el Olvido* (pp. 21-27). Madrid: Los Libros de la Catarata.

Font, Jordi

2013. "Un equipament amb vocació transfronterera: el Museu Memorial de l'Exili de la Jonquera (MUME)". En Camiade, Martine (Dir.), *Euroinstitut Català Transfronterer. Recull de conferències 2010-2012* (pp. 23-38). Perpignan: Balzac Editeur.

Grard, Jean-Michel

2003. "Voyage au fil des lieux de mémoire". *Cahier Espaces*, 80: 72-74.

Grimaldi, Stéphane

2013. "Le tourisme de mémoire doit se réinventer". *Cahier Espaces*, 313: 102-107.

Guixé, Jordi

2008. "El Memorial Democrático y los lugares de la memoria: la recuperación del patrimonio memorial en Cataluña". *Entelequia*, 7: 217-228. Disponible en: <http://goo.gl/A7NJZd> [Consulta 03/06/14].

Guixé, Jordi

2009. "Espacios, memoria y territorio, un memorial en red en Cataluña". En Vinyes, Ricard (Ed.), *El Estado y la memoria: Gobiernos y ciudadanos frente a los traumas de la historia* (pp. 569-608). Barcelona: RBA Libros.

Guixé, Jordi e Iniesta, Montserrat

2009. *Polítiques públiques de la memòria. I Col·loqui Internacional Memorial Democràtic*. Barcelona: Eumo Editorial / Memorial Democràtic.

Halter, Marc

2003. "Rétablir la vérité historique sur la ligne Maginot. Le combat de l'association Aalma". *Cahier Espaces*, 80: 66-70.

Hernández, Francesc Xavier

2005. "Criterios de intervención y diseño en museografía didáctica". En Santacana, Joan y Serrat, Núria (Coords.), *Museografía didáctica* (pp. 207-252). Barcelona: Ed. Ariel.

Hernández, Francesc Xavier; Rojo, M<sup>a</sup> Carmen

2011. "Museització de conflictes contemporanis. El cas de la Guerra Civil Espanyola". *Ebre* 38, 6: 131-157. Disponible en: <http://goo.gl/qU6uRJ> [consulta 27/11/13].

Hertzog, Anne

2013. "Quand le tourisme de mémoire bouleverse le travail de mémoire". *Cahier Espaces*, 313: 52-61.

Huyssen, Andreas

2002. *En busca del futuro perdido. Cultura y memoria en tiempos de globalización*. México: FCE.

Kremenetzky, Alain

2003. "Le camp de Drancy, site touristique (réseau Europe de la Mémoire)". *Cahier Espaces*, 80: 32-36.

Lalieu, Olivier

2001. "L'invention de devoir de mémoire". *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 69: 83-94.

2003. "Mémoire de la Shoah. L'action du Centre de documentation juive contemporaine (CDJC)". *Cahier Espaces*, 80: 27-31.

Ley 47/1977, de 15 de Octubre, de amnistía, BOE n° 248, p. 22.765 (1977).

Ley 55/2007, de 26 de Diciembre, por la que se reconocen y amplían derechos y se establecen medidas a favor de quienes padecieron persecución o violencia durante la guerra civil o la dictadura, BOE n°310, p. 53.410 (2007).

Llei 13/2007, del 31 d'octubre, del Memorial Democràtic, DOGC n° 5006, p. 45.172 (2007).

Mantei, Christian (Dir.)

2012. *Le tourisme de mémoire en France: mesure et analyse du poids et des retombées économiques et de la filière*. Paris: Atout France.

Mate, Reyes

2011. "Deber de memoria (Las piezas de la memoria)". En Escudero, Rafael (Coord.), *Diccionario de memoria histórica. Conceptos contra el Olvido* (pp. 15-21). Madrid: Los Libros de la Catarata.

Núñez, Mirta

2011. "Representaciones de la memoria (Las piezas de la memoria)". En Escudero, Rafael (Coord.), *Diccionario de memoria histórica. Conceptos contra el Olvido* (pp. 33-39). Madrid: Los Libros de la Catarata.

Nora, Pierre

1984. "Entre Memoria e Historia: La problemática de los lugares". En Nora, Pierre (Dir.), *Les Lieux de mémoire; 1: La République* (pp. 17-49). Paris: Gallimard. Disponible en: <http://goo.gl/GrF7d3> [consulta 7/11/13].

Ordre IRP/91/2010, de 18 de febrer, per la qual es crea la Xarxa d'Espais de Memòria Democràtica de Catalunya, DOGC n° 5576, p. 14651 (2010).

Redero, Manuel

1993. *Transición a la democracia y poder político en la España postfranquista (1975-1978)*. Salamanca: Librería Cervantes.

Rúa Fernández, José Manuel

2007. "Quan tot estava per fer. Invenció, record i oblit sobre la transició política espanyola". En Colomines, Agustí y Villarroya, Joan (Coords.), *Dossier Història i memòria del segle XX* (pp. 75-88). Catarroja (Valencia): Editorial Afers.

Santacana, Joan

2004. "Entre l'oblit i la memòria: el patrimoni de la guerra". *EBRE* 38, 2: 169-180. Disponible en: <http://goo.gl/aIU506> [consulta 27/11/13].

Santacana, Joan y Hernández, Francesc Xavier

2011. *Museos de Historia: entre la taxidermia y el nomadismo*. Gijón: Ed. TREA.

Saz, Ismael

2007. "El "moment memòria". Justícia, veritat i reconciliació democràtica". En Colomines, Agustí y Villarroya, Joan (Coords.), *Dossier Història i memòria del segle XX* (pp. 27-40). Catarroja (Valencia): Editorial Afers.

Segura, Antoni

20 octubre 2007. "El memorial democràtic" (La Vanguardia). En Ventura, Núria (Coord.) (2009), *La memòria històrica: Dossier 76* (p. 70). Barcelona: Diputació de Barcelona.

Segura, Antoni

6 noviembre 2008. "Represión, víctimas y desaparecidos" (El País). En Ventura, Núria (Coord.) (2009), *La memòria històrica: Dossier 76* (pp. 101-102). Barcelona: Diputació de Barcelona.

Silva, Emilio

2011. "Movimiento memorialista (El contexto de la memoria)". En Escudero, Rafael (Coord.) *Diccionario de memoria histórica. Conceptos contra el Olvido* (pp. 69-75). Madrid: Los Libros de la Catarata.

Todorov, Tzvetan

1999. "La memoria del mal" (El Correo de la Unesco, Diciembre 1999). En Ventura, Núria (Coord.) (2009), *La memòria històrica: Dossier 76* (pp. 37-38). Barcelona: Diputació de Barcelona.

Toledano, Lluís Ferran

2009. "El turismo cultural de productes històrics, un nou àmbit d'anàlisi". En Junqueras, Oriol y Toledano, Lluís Ferran (Eds.), *Atles del Turisme a Catalunya. Mapa nacional dels recursos turístics intangibles* (pp. 1-7). Departament d'innovació, Universitats i Empresa – Generalitat de Catalunya. Disponible en: <http://goo.gl/Msm7wg> [Consulta 15/10/13].

Traverso, Enzo

2007. "Trauma, repressió, anamnesi. La memòria de l'Holocaust". En Colomines, Agustí y Villarroya, Joan (Coords.), *Dossier Història i memòria del segle XX* (pp. 17-26). Catarroja (Valencia): Editorial Afers.

Urbain, Jean-Didier

2003. "Tourisme de mémoire. Un travail de deuil positif". *Cahier Espaces*, 80: 5-7.

Vinyes, Ricard

2009. "La memoria del Estado". En Vinyes, Ricard (Ed.), *El Estado y la memoria: Gobiernos y ciudadanos frente a los traumas de la historia* (pp. 23-66). Barcelona: RBA Libros.

*Recibido:* 15/12/2015

*Reenviado:* 02/02/2016

*Aceptado:* 21/04/2016

*Sometido a evaluación por pares anónimos*

## ¿“Tierra de Gauchos” o “Gaucho-landia”? Autenticidad en San Antonio de Areco (Argentina).

Cecilia Pérez Winter\*  
CONICET (Argentina)

---

**Resumen:** En este artículo proponemos analizar cómo la autenticidad es definida por diversos sujetos que se involucran en los procesos de valorización patrimonial y turística de una ciudad. En particular, cómo esa cualidad es disputada, discursiva y materialmente, a través del tiempo. Sostenemos que el discurso, o la idea de, autenticidad puede ser implementada por diferentes sectores de una comunidad, ya sea como un forma de legitimar/deslegitimar proyectos turísticos-patrimoniales, o para controlar la activación de los “patrimonios/atractivos”. Proponemos como estudio de caso la ciudad de San Antonio de Areco, localizada en la provincia de Buenos Aires-Argentina. Allí nos interesamos indagar estos temas, a partir de examinar las tensiones que emergen entre las representaciones identitarias y la lógica turística/comercial, al mercantilizar elementos significativos asociados a la activación de un tipo de tradición y de gaucho.

**Palabras Clave:** San Antonio de Areco, Autenticidad, Tradición, Gaucho.

---

### “Land of Gauchos” or “Gaucho-land”? Authenticity in San Antonio de Areco (Argentina)

**Abstract:** In this article we analyze, how authenticity is defined and contested by different social actors which participate in heritage and tourism valorisation processes of a city. Specially, how it is contested, in discursive and material terms, over time. Hence, we stand that ideas, or discourses, about authenticity could be used by different sectors of a community, either, as a mechanism to legitimize/discredit heritage/tourism projects; or, as a way to control activation of “heritage attractions”. We propose San Antonio de Areco city as our case of study, located in Buenos Aires province-Argentina. These themes will be take into account, based on the examination of the tension that emerge between identity representations and tourist commodity, when significant elements associated to a particular type of tradition and gaucho figure are commercialized.

**Keywords:** San Antonio de Areco, Authenticity, Tradition, Gaucho.

---

### 1. Introducción

A partir de la Revolución francesa (1789) ciertos elementos comenzaron a ser definidos como patrimonio cultural, contribuyendo a fortalecer una identidad nacional. La autenticidad fue concebida como la “esencia” del patrimonio, entendida como sinónimo de verdadero y prístino, una característica inherente de los monumentos que debía ser protegida. Esto provocó una preocupación por desarrollar acciones de preservación, que, entre 1820-1960, adquirieron relevancia, en el ámbito europeo primero, y extra europeo después. Las ideologías dominantes se basaban en dos propuestas antagónicas: la intervencionista del arquitecto francés Eugene Viollet-le-duc (1814-1879), que pensaba que la restauración de un inmueble significaba restituirlo lo más posible a su tipo/estilo ideal que a su forma original; y las anti-intervencionistas, desarrolladas en Inglaterra, de la mano del crítico de artes John Ruskin (1819-1900). Para él restaurar era atentar contra la autenticidad, aunque aceptaba la necesidad de consolidar y mantener las edificaciones, como el sustituir materiales deteriorados, consolidar la estructura (Choay, 2001). Algunas de estas concepciones aún perduran, encontrándose plasmadas y

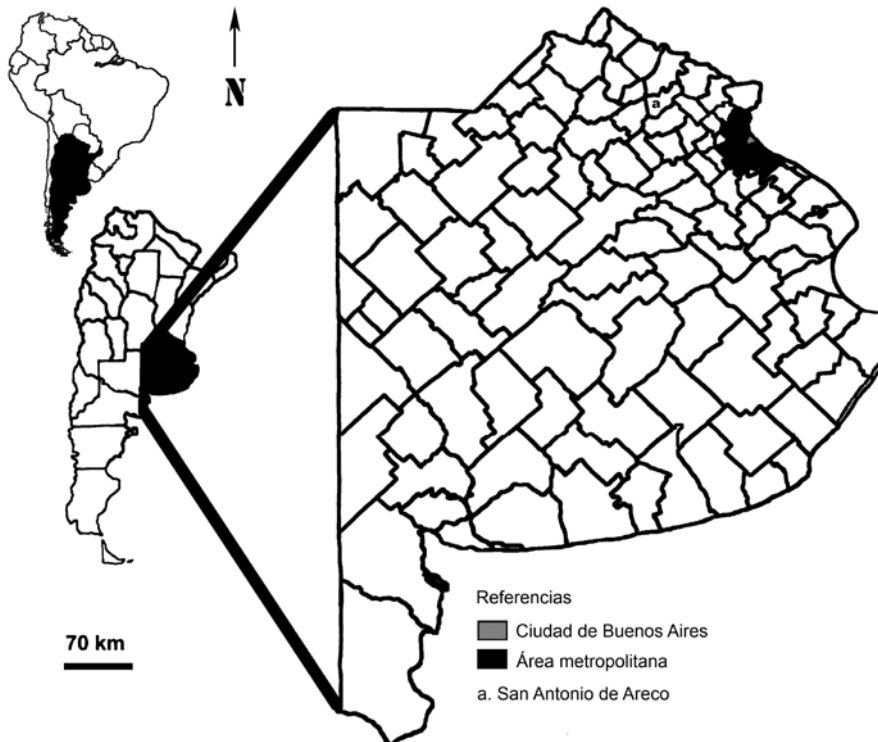
---

\* Instituto de Geografía “Romualdo Ardisson” e Instituto de Ciencias Antropológicas (FFyL-UBA/CONICET); E-mail: cecipw@gmail.com

ampliamente difundidas durante el siglo XX-XXI, particularmente a través de los lineamientos emitidos por la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura-1946) y el ICOMOS (Consejo Internacional de Monumentos y Sitios-1965). En ellos se destaca la importancia de indagar la autenticidad de un elemento a patrimonializar, ya que permite verificar su veracidad, y así reconocerlo como tal. A su vez, contribuye en decidir qué tipo de acciones de restauración pueden ser aplicadas sin que afecte su integridad (e.g. Carta de Nara, 1994; Carta de Brasilia, 1995). La autenticidad es una cualidad fundamental en los procesos de patrimonialización, que es complementada a veces y cuestionada otras, desde la mirada y experiencia del turista (Wang, 1999), cuando los elementos reconocidos como patrimonio son ofrecidos como atractivos. Por otra parte, la participación de las comunidades en los procesos de patrimonialización y turistificación, también ha llevado a que se involucren en su definición y disputa (Autor, 2013).

En este artículo proponemos analizar, por una parte, cómo la autenticidad es definida y disputada por diversos sujetos que se involucran en los procesos de patrimonialización y turistificación de una ciudad. En particular, examinar cómo es utilizada, discursiva y materialmente, a través del tiempo. Así, sostenemos que el discurso, o la idea de autenticidad, puede ser implementada por diferentes sectores de una comunidad, ya sea como un forma de legitimar/deslegitimar proyectos turísticos-patrimoniales, o para controlar la activación de los “patrimonios”/ “atractivos” de un lugar/ciudad (Autor, 2013). Esta problematización toma como referente empírico el proceso de activación patrimonial y turística de la ciudad de San Antonio de Areco, localizada en el partido homónimo en la provincia de Buenos Aires-Argentina, a 110 km de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Figura 1). A ella se accede fácilmente a través de rutas nacionales y provinciales. El partido cuenta con 23.138 habitantes (INDEC, 2010), y si bien la actividad económica más importante es la producción agraria (ej. oleaginosas), el turismo como práctica complementaria en la ciudad fue ganando mayor relevancia.

**Figura 1: Localización de San Antonio de Areco.**



Fuente: Elaboración propia.



## 2. Marco teórico-metodológico

En este apartado nos interesa definir la autenticidad a partir de su relevancia en los procesos de valorización patrimonial y turística. En primer lugar, coincidimos con aquellos autores que sostienen que la conformación, tanto de patrimonios como atractivos, son producto de una construcción social en la que participan diversos sujetos que seleccionan los elementos a considerar, justificando y legitimándolos a partir de la creación de discursos (ej. Bertoncello et al., 2003; Prats, 2006; Silverman, 2011). Generalmente, los especialistas sobre el tema se presentan como la “voz autorizada” debido al capital simbólico acumulado y la eficacia performativa que poseen (Bourdieu, 1972), detentando un cierto poder en determinar qué elementos patrimonializar y/o convertir en atractivos. Asimismo, estos procesos no son estáticos ni armónicos, sino que en ellos se expresan y se ponen en juego “viejos” y “nuevos” conflictos.

En segundo lugar, como ya se mencionó, la autenticidad es fundamental en los procesos de patrimonialización y se implementan diversas medidas para preservarla. Y la mercantilización por parte del turismo es un factor que puede “poner en riesgo” esa cualidad (Bruner, 2001; Autor, 2013; Sánchez Fernández, 2013).

En tercer lugar, existe una gran cantidad de trabajos que examinan cómo la autenticidad es evaluada desde la mirada del turista/visitante (ej. Chhabra et al., 2003; Hughes, 1995; MacCannell, 1973; Reissner y Steiner, 2006) (solo por citar algunos). Por ello, nos interesa indagar en cómo la comunidad receptiva la construye y la pone en tensión cuando elementos significativos de su localidad son mercantilizados y consumidos desde la práctica turística.

Teniendo todo esto en consideración, sostenemos que la autenticidad también es una construcción social y cultural del mundo moderno occidental, definida por diferentes sujetos e instituciones en situaciones en las que algún tipo de práctica (socio-cultural o económica) está involucrada. Bajo estos términos, es que ella es disputada y recreada constantemente. Cada individuo (o grupo) determina qué es auténtico considerando ciertos valores que le son propios, junto con las ideas y expectativas que poseen de un “otro” socio-cultural, que además, son históricamente creadas y transmitidas, pero no dejan de ser socialmente negociables y cambiantes. Así, se seleccionan atributos a considerar, se los ordena y jerarquiza, poniendo en juego, según el elemento o manifestación a ponderar, factores históricos, naturales, económicos, de producción, y experiencia (Bruner, 2001; Cohen, 1988; Handler, 1986; Spooner, 1986). En este sentido, nos interesa comentar el trabajo desarrollado por Bruner (1994) en el Sitio Histórico de *New Salem* (Estados Unidos), el cual le permitió detectar diferentes formas en que ciertos sujetos definían la autenticidad en relación a ese espacio histórico. Ella era entendida como: a) creíble, convincente, en el que se consume una reproducción del original, y en cual los visitantes perciben y vivencian la veracidad del lugar, alegando que “es como estar en...”; b) como una “simulación inmaculada” de lo que alguna vez fue un lugar, reconociendo su autenticidad a partir de considerar que ese sitio o elemento es presentado como una copia exacta del original, históricamente precisa y verdadera; c- como sinónimo de original; y d- autorizada y certificada, generalmente por algún “experto” o institución competente. Asimismo, nos interesa agregar que ciertos objetos y lugares tienen la posibilidad de convertirse en auténticos con el tiempo, es decir, que puede ocurrir una autenticidad emergente (*emergent authenticity*) en términos de Cohen (1988). Estos mismos conceptos resultan útiles para abordar el análisis de cómo diversos actores definen, negocian y ponen en cuestión la autenticidad desde los procesos de valorización turístico-patrimonial.

### 2.1. Metodología

En orden de examinar la perspectiva de la comunidad receptiva, se decidió implementar un enfoque etnográfico, el cual permite, en primer lugar, interpretar los significados locales en su contexto de producción. En segundo lugar, posibilita un abordaje micro-sociológico, sin dejar de lado el contexto macro. En tercer lugar, facilita la construcción de un conocimiento social que aún no se encuentra documentado (Rockwell, 2009).

Durante el proceso de investigación, la cercanía del estudio de caso permitió realizar viajes frecuentes entre los años que se desarrolló el trabajo de campo, entre 2011-2015. Allí se aplicaron diversas técnicas cualitativas: a) observación con participación de ciertos eventos, tales como la Fiesta de la Tradición que se organiza en el mes de noviembre; b) entrevistas semi-estructuradas a informantes claves. Se efectuaron un total de 37 entrevistas, a funcionarios municipales, artesanos, prestadores turísticos y otros residentes de la ciudad de San Antonio de Areco. A su vez, la información relevada fue complementada con la consulta de documentos (e.g. expedientes, normativas, informes técnicos, códigos de ordenamiento territorial) en diversos archivos: Biblioteca Popular Manuel Belgrano y Junta de Estudios Históricos, San Antonio de Areco; Instituto de Patrimonio Cultural de la Provincia de Buenos Aires, ciudad de La Plata; y Comisión Nacional de Museos y Monumentos y Lugares Históricos (de ahora en adelante CNMMLH), Buenos Aires.

### 3. San Antonio de Areco, construyendo la “cuna de la tradición”

La continuidad de políticas turístico-patrimoniales implementadas desde el gobierno municipal a fines de la década de 1930, con el apoyo de un sector socio-económico local, y acompañado de acciones promovidas desde el gobierno provincial y nacional, han colocaron al partido de San Antonio de Areco como “la cuna de la tradición” (Figura 2). No obstante, para entender cómo se iniciaron allí esos procesos es importante mencionar a una figura destacada de la literatura argentina.

El escritor Ricardo Güiraldes (1886-1927), poseía una estancia de propiedad familiar, denominada La Porteña, en la localidad de San Antonio de Areco. Allí pasaba sus días de ocio durante su infancia/juventud, lo que posibilitó conocer diferentes aspectos sobre “la vida” y el “hombre de campo”. Esta experiencia lo inspiró a escribir, años más tarde en París, su obra célebre “Don Segundo Sombra” (1926). Tras su muerte en 1927, y debido al éxito del libro, su hermano, Antonio Güiraldes (1887-1947), siendo intendente de San Antonio de Areco, impulsó la creación del Parque Criollo y el Museo Gauchesco “Ricardo Güiraldes”. Se inauguró en 1938 y contó con el apoyo político local y provincial y parte de la comunidad arequera. El objetivo del Parque y Museo era homenajear la figura del Gaucho y del fallecido escritor.

**Figura 2: San Antonio de Areco “cuna de la tradición”. Cartel ubicado a metros de la entrada a la ciudad de San Antonio de Areco**



**Créditos fotográficos:** Autor

Es importante señalar que la familia Güiraldes pertenecía a la clase terrateniente, descendiente de familias fundadoras de la ciudad de San Antonio de Areco, que tuvo gran influencia económica y política a nivel local, provincial y nacional. Ello permitió que el proyecto turístico-patrimonial del Parque Criollo y Museo se llevara a cabo en un momento propicio y con celeridad. Durante la primera mitad del siglo XX el discurso nacionalista conservador, consideraba al “hombre rural” como único portador de la verdadera tradición argentina. Es por ello que existía una valorización hacia las expresiones folklóricas (e.g. música, danzas, leyendas, mitos, entre otros), concebidas por el gobierno nacional como un elemento constitutivo de la identidad Criolla que se estaba conformando en el país. A su vez, se privilegiaba toda iniciativa que posibilitara relevar y difundir elementos culturales/rurales y símbolos patrios (Béjar, 1992; Chamosa, 2012). La tradición rural además, se alimentó de la literatura costumbrista, en la que el gaucho se convirtió en la figura principal, presentándose más como una idea que como un sujeto real (Montaldo, 1993). En esta línea se puede enmarcar el “Don Segundo Sombra”. Asimismo, en la década de 1930 los gobiernos nacionales promovieron la extensión de infraestructura vial y hotelera como parte de la política de desarrollo turístico. Estas medidas fueron acompañadas por ciertas revistas de divulgación que fomentaban la idea de que realizar turismo por los diferentes destinos que ofrecía el

país, contribuía a generar amor por la patria (Zusman, 2012). El Parque Criollo y Museo se gestó en ese contexto. Por otra parte, es en esa misma década que, a través de sucesivas normativas provinciales y nacionales, se oficializó la celebración del Día de la Tradición, eligiendo el 10 de noviembre, natalicio de José Hernández (1834-1886), otro célebre escritor argentino conocido por su obra más destacada, *Martín Fierro* (1872). San Antonio de Areco terminó conformándose como la sede oficial nacional de los festejos, contando con un tipo particular de gaucho y de tradición a la cual valorizar y activar. En el primer caso, aquel idealizado y estilizado por R. Güiraldes en el *Don Segundo Sombra*:

*“Nosotros no recreamos al gaucho de la línea de frontera, ni siquiera recreamos al gaucho de cuchillo fácil, porque en el Don Segundo, solamente la vez que hay una pelea es un acoso hacia la hombría de alguien que no queda otra que sacar el cuchillo, pero no hay episodios violentos. (...) [Sino el gaucho] con esta figura de caballerosidad, de gentil hombre, de un humor casi cínico pero nunca la guarangada. Entonces es como que se sigue preservando esa cuasi aréola, manifestada por Güiraldes en el Don Segundo”* (Artesana, entrevista 8, 2013).

En el segundo caso, una tradición configurada a partir de los elementos y saberes correspondientes a la región pampeana bonaerense, que la familia Güiraldes seleccionó, transmitió y estableció a través de varias generaciones.

*“Areco fue fundado por segunda vez cuando Güiraldes escribió Don Segundo Sombras (...) sino seríamos (...) como cualquier otro pueblo, pero nos tocó a nosotros. Y a partir de ahí comienza toda la cosa de la tradición”* (Funcionario municipal, oriundo de Buenos Aires, entrevista 5, 2012).

*“...vos sabés que el hecho de que vivieran acá los Güiraldes trajo consigo un estilo. Los Güiraldes fue una familia tradicionalista”* (Residente de San Antonio de Areco, entrevista 22, 2013).

La tradición denominada “surera”, que hace referencia a la histórica frontera de la Argentina, en la que la campaña bonaerense era el límite sur, antes de la incorporación de la Patagonia, se compone de ciertos elementos: conocer determinadas habilidades ecuestres (i.e. saber domar el caballo, pialar); valorizar y promover las artesanías “tradicionales” (platería, soguería, textil) y reivindicar el folklore (danzas, música, vestimenta) propias de la región pampeana-bonaerense (e.g. huella, milonga, cifra). A su vez, sus bailes debían ser ejecutados con “...un estilo gallardo y sobrio...” (Lecot, 1967: 11):

*“Cuando veas bailar un gato o una chacarera se tiene que bailar al estilo arequero. Nosotros, yo ahora aprendí cuál es arequero y cuál no es arequero cuando los veo bailar, porque el arequero baila toda de una forma...”* (Funcionario municipal, oriundo de Buenos Aires, entrevista 5, 2012).

La Fiesta del 10 de noviembre fue una de las prácticas que, según Blache (1979), promovió la institucionalización de la tradición “surera”, en la que se debe homenajear al gaucho y reproducir los usos y costumbres regionales:

*“La fiesta de la Tradición lo que tiene de interesante es que no es una fiesta comercial. No es una fiesta comercial es una fiesta hecha por la comunidad. Es una fiesta hecha por los vecinos del pueblo y que el protagonista es el hombre de campo”* (Funcionario municipal, entrevista 5, 2012).

*“La idea de la Fiesta de la Tradición y del Museo es preservar los usos y costumbres y dar a conocer como era la vida del gaucho regional, el gaucho bonaerense. (...) la idea de aquí de San Antonio de Areco es mostrar cómo es el gaucho bonaerense, de aquí de la zona”* (Guía de turismo, entrevista 60, 2014).

### 3.1. Patrimonializando y turistificando la tradición “surera”

Desde fines de la década de 1930, la tradición comenzó a orientar el proceso de patrimonialización y turistificación de San Antonio de Areco. El punta pie inicial fue la inauguración del Parque Criollo y Museo, cuyo objetivo era presentarse como un espacio de evocación y como destino turístico. Para mediados del siglo XX, la ciudad se incorporó al circuito turístico provincial, formando parte del “mapa turístico tradicional” argentino que se consolidó en la década de 1970 (Bertoncello, 2006). Es en esa década que una

serie de medidas fueron implementadas. Se formularon políticas de preservación patrimonial. Se definió y puso en valor el centro histórico de la ciudad; y se creó la categoría de declaración municipal “Lugar Significativo”. El primer año de su aplicación, 1970, se reconocieron 18 propiedades, de las cuales 10 se relacionan con la familia Güiraldes o a lugares vinculados con la historia del Don Segundo Sombra. Uno de esos casos fue el Museo Gauchesco Ricardo Güiraldes, declarado en 1970, y que en 1999 fue reconocido como “Monumento Histórico Nacional” (Decreto Nacional 1305/99), por la CNMMLH. Desde lo turístico, se promovió el establecimiento de servicios de alojamiento y gastronomía; y la Fiesta de la Tradición (Figura 3) pasó a conformarse como uno de los atractivos<sup>1</sup> más relevantes de San Antonio de Areco. Este tipo de acciones continuaron consolidándose entre las décadas 1990 y del 2000. Se acrecentó el repertorio patrimonial municipal y se buscó aumentar las escalas de determinados elementos significativos. En 2001 se iniciaron los trámites promover a San Antonio de Areco como “Patrimonio de la Humanidad” desde la UNESCO (Ordenanza 1/01). En el 2014 la tumba de Ricardo Güiraldes, localizada en el cementerio de la ciudad, se declaró “Sepulcro Histórico Nacional” por la CNMMLH (Decreto Nacional 186/2014).

**Figura 3: Centros tradicionalistas en la esquina del histórico bar Bessonart (“Lugar Significativo” 2005) en el desfile el día de la Tradición. Noviembre 2013**



Créditos fotográficos: Autor

Desde la promoción turística, el gobierno de la provincia denominó a la localidad “Santuario Gaucho”, y en 2014 se la declaró “Capital Nacional de la Tradición” (Orden del Día 350). La “tradición” se convirtió en la marca turística de San Antonio de Areco, configurándose como su “renta monopólica” (Harvey, 2007). Y si bien el turismo se presenta como una actividad económica complementaria, no todos se ven beneficiados de ella como los prestadores de servicios y ciertos comercios. Existe una parte de la población, especialmente la que vive fuera del centro histórico, que demanda la mejora de servicios y mantenimiento de espacios públicos en otras áreas de la ciudad, además de la creación de nuevas fuentes de trabajo, como el establecimiento de emprendimientos industriales. Esto último resulta negativo para aquellos arequeros que sostienen que ello irrumpiría con la imagen descrita en el Don Segundo Sombra que se intenta preservar (Félix Castells, 2010).

Para finalizar este apartado, es importante marcar que diferentes miembros de la familia Güiraldes contribuyeron en, por una parte, definir y consolidar la asociación de la localidad con la figura del escritor (Autor, 2014); por otra, promover medidas turístico-patrimoniales que en gran medida fueron orientadas por la tradición “surera” que buscaban implementar en San Antonio de Areco. Sin embargo,

estos procesos trajeron consigo un constante cuestionamiento sobre la autenticidad de aquellos elementos que se presentan como sus patrimonios-atractivos. Asimismo, distintos sectores de la comunidad recurren a la idea de “autenticidad”, tanto para caracterizar sus atractivos, como para dirimir la tensión que se genera entre el proyecto patrimonial-identitario del turístico-comercial. Cuando los conflictos emergen, ellos apelan y recurren al término “gaucholandia”, en alusión a Disneyland, como una forma de controlar e impedir que los elementos significativos asociados a la tradición sean “desvirtuados” o para denostar un proyecto turístico-patrimonial determinado. Estos temas se examinan a continuación.

#### 4. San Antonio de Areco, disputando autenticidades

En este apartado nos interesa focalizar en cómo se fue construyendo y disputando la autenticidad a través del tiempo, desde diferentes actores sociales involucrados en los procesos de patrimonialización y turistificación de la ciudad de San Antonio de Areco.

##### 4.1. La autenticidad inicial (1930-1970)

En el momento de la inauguración el Parque Criollo y Museo Gauchesco fueron considerados, por los políticos locales y provinciales, y parte de la comunidad que participaron en el proceso, como una “fiel representación” de lo que habría sido una estancia del siglo XVIII (Figura 4) de la campaña bonaerense y por su “concepto moderno” de exhibición (Blasco, 2013: 11-12). La estructura del Museo se edificó siguiendo las técnicas constructivas de esa época, y en su parque se colocaron especies de plantas nativas. Se buscaba ofrecer al visitante una “muestra fidedigna del pasado argentino” (Lecot, 1967).

La normativa emitida por el Poder Ejecutivo de la provincia de Buenos Aires expresaba: “...se ha iniciado la creación de un parque criollo que ofrezca las características de un verdadero casco de estancia antigua estilizado, que mediante su implantación, instalaciones, arboledas y demás pormenores, constituya una vívida documentación de la época que rememora. (...) El Parque Ricardo Güiraldes constituirá la evocación de la tradición nacional, procurando reunir la flora típica pampeana, erigiendo las construcciones características de las poblaciones porteñas en los tiempos de su formación, creando el museo de enseres y objetos de uso corriente en aquella época...” (Lecot, 1967: 16). Este documento fue firmado por quien era el Gobernador de la provincia de Buenos Aires, M. Fresco (1888-1971), y el Ministro de Obras Públicas, Ing. J. M. Bustillo (1884-1974).

En los discursos inaugurales del Parque y Museo, Bustillo afirmaba: “Con estas obras que hoy inauguramos, el gobierno de Buenos Aires, interpretando arraigados sentimientos populares, rinde culto a tradiciones nacionales que siempre se evocan con singular simpatía. Al mismo tiempo honra la memoria de un argentino que empleó sus dotes sobresalientes de escritor en describir costumbres... También ha querido el gobierno ofrecer al pueblo trabajador y modesto un lugar apacible y tranquilo, de reposo espiritual, donde pueda conocer el realismo de evolución social argentina, con la reconstrucción fiel de una vieja estancia criolla...” (Lecot, 1967: 43).

**Figura 4: Vista actual del Museo Gauchesco “Ricardo Güiraldes”**



Créditos fotográficos: Autor

A su vez, el primer director del Museo, E. Udaondo (1880-1962), manifestaba lo siguiente: *“Era una necesidad cada vez más premiosa ésta de presentar a los ojos de las generaciones actuales, en un cuadro animoso y real, costumbres y modalidades nativas. Y consultado esa necesidad, y llevado de su propio anhelo de rendir culto a cuanto se relacione con el sentir auténtico de la patria, (...) será fácil al visitante evocar tiempos pretéritos y experimentar la grata sensación de estar viviendo juntos a los que otrora poblaron esta parte de América, pues se ha tratado de ser fiel a la realidad hasta en los últimos mínimos detalles”* (Lecot, 1967: 47-48).

Los discursos y normativas definen la autenticidad del Parque Criollo y Museo en tres sentidos: a- como una copia fiel de una estancia del XVIII correspondiente a la campaña bonaerense; b- como una “simulación inmaculada” en la que se puede experimentar cómo se vivía (con exactitud histórica) en tiempos pasados; c- una autenticidad que es respaldada y legitimada por el gobierno provincial y local. Asimismo, en 1970, estas edificaciones adquirieron una nueva certificación, a partir de su declaración como “Lugar Significativo” por la municipalidad de San Antonio de Areco.

#### 4.2. La visión de la autenticidad desde la CNMMLH (1980-1990)

En la década de 1980, el Comodoro Güiraldes (1917-2003), sobrino del escritor, se movilizó, junto con otros vecinos, para que inicialmente el Parque y Museo, y luego el centro histórico de la ciudad de San Antonio de Areco, junto a ciertas edificaciones, fueran reconocidas como patrimonio nacional por la CNMMLH. En el proceso de evaluación de tales propuestas, un delegado de la Provincia, en representación de la CNMMLH, sostenía lo siguiente en una carta con fecha del 28 de junio de 1990, sobre la autenticidad del Parque y Museo: *“Al conjunto arquitectónico pueden reconocérseles valores patrimoniales en sí y, especialmente, en su relación de entorno; también pueden agregarse – en sentido positivo – su vinculación a la figura y personalidad de Ricardo Güiraldes y la importancia y proyección del rol cultural que, desde hace medio siglo, cumplió el Museo allí existente. Pero no puede dejarse de señalar la falta de otros méritos específicamente históricos en el plano nacional y, en un orden de cosas más específico, la inautenticidad del edificio principal que, aunque testimonia criterios de los años ‘30 en cuanto a erigir réplicas de obras originalmente concebidas para otros usos funcionales (en caso un casco de estancia cuando se necesitaba concretamente un museo) y erráticas en su ubicación (el modelo en que este caso se reprodujo no existía precisamente allí); estas circunstancias tornan, cuando menos, discutible la pertinencia de una distinción como la implícita en una declaratoria de la índole planteada”* (Expediente 30B/CNMMLH: 27).

En este caso, el representante de la CNMMLH, definió la autenticidad como sinónimo de original y verdadero, y a partir de allí, puso en cuestión el elevar un patrimonio municipal-provincial a escala nacional. Lo que antes era una “legitimada copia fiel” se transformó en una mera réplica.

En este nuevo contexto, el Comodoro Güiraldes y colaboradores, buscaron otras justificaciones que permitieran obtener una respuesta favorable de la CNMMLH. De esta forma, se intentó construir y legitimar la relación entre San Antonio de Areco y la figura de R. Güiraldes (Expediente 30B/CNMMLH). Finalmente, en 1999, el casco histórico de San Antonio de Areco fue declarado “Bien de Interés Histórico Nacional” y como “Monumento Histórico Nacional” se reconoció al Parque/Museo/pulpería La Blanqueada, a la estancia “La Porteña”, el Puente viejo, la iglesia parroquial y la casa municipal. La mayoría de estas edificaciones son mencionadas en el “Don Segundo Sombra”. A su vez, la narrativa de la declaratoria reprodujo y consolidó la relación San Antonio de Areco-Ricardo Güiraldes-Tradición expresando que allí se: *“...ha mantenido y cultivado las tradiciones de la cultura gauchesca”,* y que *“... la novela “Don Segundo Sombra” se consagró como una pieza cumbre de la literatura argentina a nivel nacional e internacional, y que desde entonces, autor y personaje han sido fuertemente identificados con el pueblo de S. A. Areco y Don Segundo Sombra se convirtió en uno de los arquetipos de la argentinidad”* (Decreto Nacional 1305/99). Este reconocimiento del Parque Criollo y Museo terminó fortaleciendo su autenticación certificada y la de aquellos elementos mencionados en la declaratoria nacional.

#### 4.3. La autenticidad desde los arequeros

La forma güiraldeana de evocar la tradición “surera” fue apropiada por un sector de la comunidad, no solo por los “nacidos y criados” en San Antonio de Areco, sino también por aquellos habitantes que se instalaron hace años en la localidad. Ese legado que dejó la familia Güiraldes generó que los arequeros se sientan con autoridad a la hora de discutir cómo es la tradición de la región pampeano-bonaerense, que ellos además denominan “surera”:

*“Si vos agarrás la zona de Madariaga [sur de la provincia de Buenos Aires] cuando hacen la fiesta del gaucho (...) si tienen que bailar una huella por ejemplo, y ya no van vestidos con, se ponen el chiripá<sup>3</sup>, que queda lindo, me gusta verlo, pero ya es una cosa armada eso, estructurada, viste. Porque el chiripá no se usa habitualmente. Porque el tipo que se pone el chiripá ese día para bailar no va a andar en su vida normal de chiripá. Sin embargo yo ando de bombacha. (...) vos te das cuenta cuando una persona se viste para actuar y ya es normalmente. Porque les cae, vos tenés a un tipo que no está acostumbrado a usar la ropa que usamos nosotros y vos lo ves y te das cuenta que no es, viste”* (Funcionario municipal y miembro de centro tradicionalista, entrevista 54, 2013).

## 5. Turismo y tradición

La continuidad de políticas turísticas implementadas, desde fines de la década de 1930 hasta la actualidad, terminó por posicionar a San Antonio de Areco en el mercado turístico nacional e internacional, a partir de convertir la tradición “surera” en su marca distintiva. Aquellos elementos reconocidos como patrimonio fueron ofrecidos como atractivos. La mercantilización de estos elementos tan significativos, provocó tensiones entre la lógica identitaria y la comercial/turística. De esta forma, la autenticidad de los “patrimonios/atractivos” vuelve a ponerse en cuestión.

*“... cada vez hay más flujo en San Antonio de Areco. Por eso cada vez tiene que haber más celo en cultivar lo nuestro auténtico”* (Miembro de la Asociación Amigos del Parque Criollo, entrevista 52, 2013).

### 5.1. La autenticidad para la comunidad

Los funcionarios, y parte de la comunidad de San Antonio de Areco, consideran que en su localidad existe el “paisano” que aún sabe y mantiene las habilidades que el gaucho poseía, tal como se describe en el Don Segundo Sombra.

*“...una vez vino uno de Luján me acuerdo y yo justo estaba acá y habló como de hacer un Parque temático. Es que nosotros no tenemos que recrear. Porque realmente existen todavía muchos paisanos que trabajan en el campo. No tenés que hacer, lo tenés al Parque. Tenés que tener gente rentada para que haga lo mismo que hace en su campo y que se vayan turnando y que sea permanente”* (Funcionario municipal, oriundo de ciudad de Buenos Aires, entrevista 20, 2013).

*“...llamé a un paisano que es barrendero, pero era paisano, paisano, pero era de la planta municipal y dije “vengase, vengase con su caballo, y ¿usted sabe armar y desarmar?” “como no voy a saber un recado<sup>4</sup>” “bueno, vengase, yo le voy a conseguir algún beneficio, alguna cosa. Pero venga porque yo quiero que le explique a la gente cómo se arma un recado, cómo se coloca un recado, cómo era este asunto de que un paisano podía dormir pasando la noche en el recado en medio del desierto ¿usted se anima?” “sí, como no”. (...) después lo sumamos a nuestro equipo de trabajo para todo lo relacionado con usos y costumbres. (...) La única condición era venirse con su ropa dominguera y el caballo”* (Funcionario municipal, oriundo de Buenos Aires, entrevista 5, 2012).

De esta manera, crean una continuidad en la transmisión de saberes tradicionales, expresando que lo que ofrecen al turista es un producto “auténtico”, porque no necesitan “recrear” la tradición, solo deben hacerla accesible al visitante:

*“No somos Disney, no somos un circo, no somos eso. (...)Y también entendiendo que por ahí, viste, la gente compra lo que ve en las revistas o en las guías internacionales y llega a San Antonio de Areco y no ve un gaucho ¿no? Entonces no se planteaba hacer esto de un gaucho “for export”, pero sí por ahí que tuviera la posibilidad ¿no? de sentir ese patrimonio intangible, sino, viste, una cierta aproximación. Entonces hay un culto a la tradición, pero ya no es aquel hombre que se levanta y vive detrás de la vaca. Porque el medio obviamente ha ido cambiando”* (Artesana, entrevista 8, 2013).

Sin embargo, la activación de la tradición “surera” genera diferentes proyectos turísticos-patrimoniales. Ciertos sectores conservadores de la comunidad arequera (políticos, prestadores turísticos) promueven, y de alguna forma justifican, una cristalización del “pueblo” (i.e. centro histórico):

*“Pero si estamos, el turismo ¿qué viene a ver acá? ¿viene a ver rock and roll? No, viene a ver cosas que tengan que ver con nuestro pueblo con nuestra identidad. Ahora, no quita que no se haga lo otro, lo que pasa es que tiene que estar, a ver fuera de lo que es el circuito turístico”* (Artesano y prestador turístico, entrevista 27, 2013).

*“Si vos le empezás a agregar cosas muy modernas, no es que yo esté en contra del modernismo, pero sí me parece que, qué sé yo, hay que mantener lo que tenemos. Por ejemplo, el Parque está bien mantenido...”* (Vecina, entrevista 19, 2013).

Otros buscan incorporar elementos que conviertan al casco histórico de la ciudad (Figura 5) en un ideal de pueblo colonial, similar a las ideas intervencionistas propuestas por Viollet-le-duc, que son las que suelen satisfacer los imaginarios y expectativas de los turistas:

*“Pero sería bueno si que Areco siga profundizando sus, por ejemplo (...) las farolas de acá de Alsina, no sé si lo viste de noche. Son divinas. Esa sería la luz que tendría que tener todo el casco histórico, salvo alrededor de la plaza que son originales (...). Pero después todo el casco histórico tiene esas farolas adosadas a la pared y los cables van por arriba de la casa. Entonces descontaminás visualmente y es una acción para ser declarada “Patrimonio de la Humanidad” por ejemplo. El tema de eliminar todo lo que es postes de telefonía, soterrar todo, mejorar los frentes”* (Funcionario municipal, entrevista 9, 2013).

Mientras que otro sector critica ese tipo de posturas extremas, en las que, por una parte, porque es el centro histórico de la ciudad de San Antonio de Areco la que se beneficia en términos de mantenimiento, servicios y actividades. Y por otra parte, porque se tiende a priorizar la organización de eventos asociados a la tradición.

*“Esto es fantástico, vos te venís acá un mes y te hacés un tratado de cómo es la pelea entre como quedarse parado en 1920 y vivir como en 1920. El intendente que estaba antes que Paco vivía como en 1920. No daba agua, no daba luz, no daba gas, no daba teléfono, no daba cable y el pueblo se acababa acá a 3 cuadras...”* (Locutor, entrevista 25, 2013).

**Figura 5. Bar “La esquina de Merti” frente de la plaza central (restaurado). Se puede observar la arquitectura local, el empedrado y los faroles adosados.**



**Créditos fotográficos:** Autor



*“Hay algunas cosas, pero los eventos generalmente los centralizan (...) Es fácil, mucho más fácil concentrar la gente cuando hacés las actividades en el centro. Políticamente te reditúa más. (...) Si pagan los mismos impuestos, también vos tenés que hacer carne. Por eso yo, el tema de la descentralización a mí me parecía algo natural. (...) hay que llevar las cosas a donde hay que llevarlas no vamos a esperar que todos vengan acá” (Entrevista 20, funcionario municipal, 2013).*

*E1: ... Yo lo que digo es que se siga con eso pero que Areco no es solamente el gaucho y la tradición. (...) hay cosas que no tienen en cuenta [los políticos], que no les importa. (...) yo por ejemplo lo que veía con los gobiernos es que siempre se apunta al turismo, y está bien. (...).*

*E2:.. bueno pero el turismo es una [industria sin] chimenea.*

*E1: Pero siempre se beneficiaban unos pocos. (...) Claro, a mí me encanta cuando veo gente, cuando veo turistas internacionales, yo digo es un orgullo, sí, a mí me encanta todo. Pero digo también que acá hay una comunidad que vive acá todos los días. Eso es lo que, ojo yo no estoy diciendo que no se haga más la fiesta de la tradición, no. Que a mí no me gusta no quiere decir, pero me encanta que venga la gente a verlo, que lo disfrute, que haya gente que se presta para que otros conozcan las costumbres.*

*E2: Sí, pero bueno, este es un pueblo ya signado por esa [tradición] y ya no lo van a cambiar” (Vecinas, entrevista 19a, 2013).*

*“...en un pueblo de 20.000 personas que vayan 1.500, 2.000 al estadio municipal a ver futbol, (...) uno no lo tiene que dejar de lado a la hora de las políticas culturales. Es decir, no solo tradición, que la tradición sea el sello, nuestra marca para el turismo, para el turismo receptivo, para la industria del turismo. Pero cuando hablamos de gestionar cultural o gestionar turismo acá, no pensar que solo es tradición, porque nos estamos equivocando” (Entrevista 24, exempleado municipal, 2013).*

## 5.2. La autenticidad desde los municipios vecinos a San Antonio de Areco

La explotación de la tradición también es criticada por habitantes de municipios lindantes con San Antonio de Areco. Ya que, cabe señalar que en la provincia de Buenos Aires existen diferentes ciudades que celebran la Fiesta de la Tradición, o eventos similares, que poseen centros tradicionalistas y que valorizan aquellos elementos asociados al folklore nacional. Por lo tanto, la figura del gaucho y la tradición no son características intrínsecas de San Antonio de Areco:

*“Porque por ejemplo, lo de la tradición yo pienso, acá no estoy haciendo un juicio ni nada, sino que como Areco hay muchos pueblos (...) en la provincia de Buenos Aires que tiene la tradición, movimientos tradicionalistas como tienen ellos. O sea que eso es un poco abstracto ¿no es cierto?” (Vecino de municipio lindante, entrevista 3, 2013).*

Es por ello que algunos habitantes de la provincia de Buenos Aires suelen cuestionar la “autenticidad” del “patrimonios/atractivos” que se ofrecen en San Antonio de Areco.

*“Ellos tuvieron una palanca grandísima con el que el decían el cadete Güiraldes. Y al final ¿qué tanto tienen ellos de tradición? Lo que escribió Segundo Sombra.” (Vecina de municipio lindante, entrevista 15, 2013).*

*“... [es] muy común para nosotros (...) ver, esperando en el semáforo un auto importado, una camioneta 4x4 de un hombre de campo y un gaucho a caballo. Y es y sigue siendo perfectamente normal. Otra cosa que yo destacó es que [acá] no hay gauchos disfrazados. Si vos ves un gaucho es un hombre de campo.*

*I: ¿Y dónde hay gauchos disfrazados?*

*E: En San Antonio de Areco” (Vecina de municipio lindante, entrevista 33, 2012).*

Desde la perspectiva de los entrevistados, el patrimonio-atractivo de San Antonio de Areco, no lo reconocen auténtico en dos sentidos: ni como genuino, ni como excepcional o diferente al de otras

localidades de la región pampeana-bonaerense, porque consideran que solo es una materialización de lo que Ricardo Güiraldes creó e idealizó en su obra literaria.

### 5.3. “Esto no es gaucholandia”

A su vez, existen distintas visiones entre los vecinos de San Antonio de Areco en cuanto a cómo se debe preservar y activar la tradición en la localidad: una perspectiva más conservadora que se remite solo a evocar aquellos elementos correspondientes a la pampa-bonaerense, lo “surero”. Y otra con mayor apertura que admite activar elementos de otras regiones representativas del país. Para el primer caso, cambiar algún aspecto de la tradición (güiraldeana) es desvirtuarla; mientras que para el segundo, es admisible y esperable que se produzcan modificaciones graduales. Y aunque vecinos de municipios aledaños alegan que en San Antonio de Areco la gente “se disfrazá”, la mayoría de los arequeros concuerda en que la localidad no debe transformarse en un parque temático, ni un sitio del tipo “*living history*” (Bruner, 1994; Handler y Saxton, 1988). Aunque algunas iniciativas han intentado mantener inmutables ciertas características del casco histórico de la ciudad. Sin embargo, cuando alguna acción o política es percibida como una amenaza hacia la autenticidad con la que quieren presentar la tradición, algunos apelan al término “gaucholandia” como un mecanismo para controlar las activaciones banalizadoras. Según un entrevistado, entiende que:

“...gaucholandia se utiliza para todo lo que no es tradicional y puro. *Porque acá todo tiene que ser tradicional y puro*” (Funcionario municipal, entrevista 5, 2012).

Uno de los primeros registros de “gaucholandia” lo podemos encontrar en una carta con fecha del 16 de octubre de 1985, y otra del 21 de diciembre del mismo año, ambas firmadas por el Comodoro Guiraldes y dirigidas a J. E. Hardoy, quien fuera el presidente de la CNMMLH entre 1984 y 1993. La primera carta afirmaba:

*“Alguna vez y por una voz con matices de ironía, se nos criticó este rumbo que podía dársele al establecimiento [Parque y Museo]; nos dijeron que queríamos convertirlo en “Gaucholandia”, con indudable referencia a “Disneyland”, en los Estados Unidos de América. Puede ser, conservando la relación: “Gaucho-land”, tierra, territorio de gauchos es la traducción, nada desdeñable por cierto*” (Expediente 30B-CNMMLH: 104-105).

La segunda sostenía lo siguiente:

*“No deberíamos temerle a la peyorativa denominación de gaucholandia, como alguna vez se insinuó en apoyo de pretendida autenticidades y purismos que más que actos de afirmación tradicional son expresiones de un purismo egoísta y retrógrado. Al gaucho debemos mostrarlo con los elementos de que podamos disponer, siempre que no pierda imagen su originalidad”* (Expediente 30B/CNMMLH: 65).

“Gaucholandia” es apropiado y definido de manera diferente por cada sector: tanto por conservadores como por aquellos que permiten cierta flexibilidad. Esta diferenciación se constata en torno al debate que se produjo cuando fue invitado el reconocido folclorista argentino, el Chaqueño Palavecino<sup>6</sup>, para participar de la Fiesta de la Tradición del año 2013. Este artista posee gran popularidad en el país. No obstante, la invitación generó varias trasgresiones a las pautas establecidas hace décadas para ese evento. En primer lugar, el Chaqueño no es un artista local. En segundo lugar, su presencia le quita protagonismo a la figura principal que se busca homenajear, el gaucho/paisano. En tercer lugar, su música exalta el folklore norteno y no el estilo surero defendido por algunos sectores de San Antonio de Areco. En cuarto lugar, se presentó en un escenario, dando la imagen de un festival y no una celebración de “pueblo”.

*“Por eso de gaucholandia no. (...) Nosotros en el Parque Criollo era el Santuario de la música surera, sureros, te guste o no somos sureros. (...) En San Antonio hay música surera. Y este intendente nos trae al Chaqueño Palavecino. No es respetar nuestros usos y costumbres. Nuestra música es surera. Esta bueno que venga el Chaqueño pero llévalo a actuar a una plaza, tráelo a otro lugar, pero al Parque Criollo no”* (Funcionario municipal, entrevista 9, 2013).

*“A mí me molesta que la figura no sea el gaucho sino el Chaqueño Palavecino. Hay 364 días para que venga. Porque lo vas a traer justamente el día de la tradición”* (Entrevista 21, 2013).

*“Si lo que te digo de gaucholandia lo deben decir por eso ¡No te digo que traen al Chaqueño Palavecino! Todo bien, no sé si el Chaqueño es bueno o malo, no me interesa. Pero no tiene nada que ver con el Día de la Tradición. Invítalo otro día y listo. Rompen eso, rompen la mística, la magia”* (Artesano y prestador turístico, entrevista 27, 2013).

Sin embargo, existe un sector que estuvo de acuerdo con esta innovación, alegando que el grupo conservador es el que genera que San Antonio de Areco se convierta en “gaucholandia”.

*“Ah, el año pasado fue espectacular, yo no fui, pero me contaron todos, yo no me acuerdo dónde estuve, yo sé que viajé. Pero me contaron, en primer lugar, porque la hicieron gratuita. Antes era muy cara. Las familias pobres no podían ir. Además se hizo un escenario gigantesco y trajeron números a nivel nacional. Ahora viene el, a mí no me gusta pero yo sé que es popular, el Chaqueño Palavecino”* (Vecina, entrevista 23, 2013).

*“Por ejemplo, ellos nunca traían artistas, siempre era artistas locales. Bueno, nosotros la primer fiesta de la tradición trajimos artistas, pero del folklore puro, entendés. Un Chaqueño, Coplanacu, es folklore puro. Y eso les molestó”* (Entrevista 54, funcionario Parque Criollo, 2013).

*“Bueno, han hecho un poco de gaucholandia acá durante años. De hecho hay muchos que reclaman que no haya gauchos parados en las esquinas. (...) Bueno esos mismos son los que después dicen gaucholandia. Yo creo que ellos han hecho gaucholandia.”* (Funcionario municipal, oriundo de Buenos Aires, entrevista 53, 2013).

El sector más conservador considera “auténticos” los lineamientos postulados por la familia Güiraldes sobre la tradición “surera”, y por ello, este grupo manifiesta una disconformidad con el gobierno actual (2011-2017), por una parte, alegando que no son oriundos de San Antonio de Areco, y por otra, porque sostienen que buscan promover una tradición “para las masas”, temiendo que al popularizarse demasiado la Fiesta de la Tradición se desvirtúe y se convierta en un festival.

No obstante, los discursos de autenticidad en relación a la activación de la tradición, están visibilizando un conflicto vinculado a las ideologías políticas<sup>7</sup> que se buscan instalar y justificar en la localidad. En este caso, se enfrentan aquellas neoliberales que caracterizaron, sobre todo, al gobierno de la última década; con el nuevo gobierno popular (peronista) de este último periodo. Gobiernos anteriores han respetado o consolidados la tradición siguiendo los lineamientos “güiraldeanos”, mientras que el actual, cuyo intendente no es de San Antonio de Areco sino que proviene de Salta, una provincia en la que se ha tejiado otra versión de la tradición, propone una de carácter más “popular” e “inclusiva”.

## 6. Consideraciones finales

La autenticidad es una cualidad relevante a considerar y preservar tanto desde la mirada patrimonial como turística. Y los discursos que se construyen en torno a ella no solo permiten (des)legitimar patrimonios/atractivos y consolidar destinos y marcas turísticas, sino también imponer y justificar ideologías e intereses políticos, sociales, culturales y económicos. Por ello es definida, reproducida, negociada y puesta en tensión por una diversidad de actores a través del tiempo.

Como se expuso en este artículo, existen sujetos que se conforman como una “voz autorizada”, detentando un cierto poder en la construcción y legitimación de ciertos discursos, buscando la adhesión de otros sectores o grupos sociales. En el caso de San Antonio de Areco, se logró a partir de la configuración de la tradición “surera”. Y su institucionalización favoreció su pervivencia y hegemonía, considerándose “pura” y “auténtica”. Así, desde una escala local, la familia Güiraldes eran los “expertos” que establecieron un tipo de tradición. A su vez, construyeron y consolidaron una vinculación entre la localidad de San Antonio de Areco la obra Don Segundo Sombra y la figura del escritor. Todo esto les permitió generar una marca distintiva “cultural” que devino en un sello turístico, es decir, su “renta monopólica” (Harvey, 2007). A su vez, los lineamientos “güiraldeanos” fueron apropiados por un sector de la comunidad que adhiere al tradicionalismo. No obstante, existen discrepancias, ya que el sector de mayor poder adquisitivo, que en general reside del centro

histórico, busca fortalecer y preservar una cierta imagen que posibilite mantener la expectativa e imaginarios turísticos. Lo que provoca una cristalización del “pueblo” y que las políticas públicas, culturales y económicas se centralicen allí, beneficiando esa área por sobre otras de otras de la ciudad. En ese contexto es que los discursos sobre la autenticidad permiten visibilizar y exponer las tensiones que existen en la localidad.

Por otra parte, los discursos turístico/patrimoniales hegemónicos que apelan a la autenticidad de ciertos elementos, pueden perder predominio, y generarse discursos alternativos, utilizados por otros sujetos como una herramienta de reclamo, de imposición. En San Antonio de Areco, el término “gaucholandia” desde su acuñación durante, al menos, la década de 1980, ha sido resignificado y apropiado por diferentes sectores de la comunidad. Lo que les permitió crear sus propios discursos sobre la autenticidad. Y a partir de allí, establecer control no solo sobre la activación turística de la tradición; sino que además, permitió darle voz a aquellos sujetos que buscan exponer problemáticas que parecen haber sido relegadas, o no prioritarias, en algunos gobiernos, tales como la carencia de servicios, problemas de vivienda, y de cierta forma, de ciudadanía. Ya que generalmente las mayores inversiones de servicios se concentran en mejorar el centro histórico de la ciudad, y se relegan acciones relevantes en el resto de los barrios y pueblos de la localidad.

Desde una escala regional, habitantes de municipios lindantes participan de esta disputa como una forma de exponer otros conflictos. Por ejemplo, el poner en cuestión que, el hecho de que San Antonio de Areco haya conseguido ciertos reconocimientos y posicionamientos turísticos/patrimoniales, no la convierte en poseedora de los únicos elementos significativos y saberes asociados a “lo rural”.

Por último, la autenticidad analizada desde la perspectiva constructivista, permitió, por una parte identificar quiénes, y cómo, intervienen en los procesos de definición y negociación. Por otra parte, permitió acceder fácilmente a tensiones y conflictos que existen hace tiempo dentro de la comunidad, que de otra manera hubiera sido difícil relevar e indagar.

## Agradecimientos

Agradezco a mis directoras Dra. Perla Zusman y Dra. Mónica Rotman por sus sugerencias, y a los vecinos y funcionarios de San Antonio de Areco y de partidos lindantes que amablemente aceptaron participar de las entrevistas. Este trabajo se encuentra enmarcado en dos proyectos financiados por la Universidad de Buenos Aires y por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas: “Patrimonio y Políticas culturales: Procesos de conformación y dinámicas de reproducción, marcos institucionales y normativos y configuraciones identitarias” (UBACyT20020100100288), “Procesos de Patrimonialización y Políticas Culturales: conceptualizaciones, prácticas y gestión desde las Instituciones Estatales” (PIP 11220110100675 GI), y “Las heterogeneidades de la ruralidad pampeana actual. Una exploración desde los sujetos y paisajes visibles e invisibles” (UBACyT 20020110200219).

## Bibliografía

- Béjar, María.  
1992. “Altas y banderas en una educación popular. La propuesta del gobierno de Manuel Fresco en la provincia de Buenos Aires, 1936-1940”. *Estudios Investigaciones* 12: 83-130.
- Bertoncello, Rodolfo.  
2006. “Turismo, territorio y sociedad. El “mapa turístico de la Argentina””. En: Geraiges de Lemos, Arroyo y Silveira, Laura. (Eds.), *América Latina: ciudades, campo e turismo* (pp. 317-336). Buenos Aires: CLACSO-USP.
- Bertoncello, Rodolfo, Castro, Hortencia y Zusman, Perla.  
2003. “Turismo y patrimonio: una relación puesta en cuestión”. En Bertoncello, Rodolfo y Fani, Ana (Eds.), *Procesos Territoriales en Argentina y Brasil* (pp. 277-291). Buenos Aires: Instituto de Geografía.
- Blache, Martha.  
1979. “Dos aspectos de la tradición en San Antonio de Areco”. *Folklore americano* 27:163-194.
- Blasco, María.  
2013. “El peregrinar del gaucho: del Museo de Luján al Parque Criollo y Museo Gauchesco de San Antonio de Areco”. *Quinto Sol* 17 (1): 1-22.

- Bourdieu, Pierre.  
1972. "The economics of linguistic Exchanges". *Social Sciences Information* 16 (6): 645-668.
- Bruner, Edward.  
1994. "Abraham Lincoln as Authentic Reproduction: A Critique of Postmodernism". *American Anthropologist*, 96 (2): 397-415.
- Bruner, Edward.  
2001. "The Maasai and the Lion King: authenticity, nationalism, and globalization in African tourism". *American Ethnologist* 28(4): 881-908.
- Chamosa, Oscar.  
2012. Breve historia del folclore argentino. 1920-1970: identidad, política y nación. Buenos Aires: Edhasa.
- Chhabra, Deepack, Healy, Robert y Sills, Erin.  
2003. "Staged authenticity and heritage tourism". *Annals of Tourism Research* 30 (3): 702-719.
- Choay, Françoise.  
2001. A alegoría do Patrimônio. San Pablo: Unesp.
- Cohen, Erik  
1988. "Authenticity and commoditization in tourism". *Annals of Tourism Research* 15: 371-386.
- Félix Castells, Eduardo.  
2010. "El patrimonio en cuestión. Lo tangible y lo intangible en el patrimonio de una ciudad histórica". En: Hernández López, Juan, Rotman, Mónica y González de Castells, Alicia (Eds.), *Patrimonio y cultura en América Latina: Nuevas vinculaciones con el estado, el mercado y el turismo y sus perspectivas actuales* (pp. 35-58). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Handler, Richard.  
1986. "Authenticity". *Anthropology today* 2 (1): 2-4.
- Harvey, David.  
2007. "El arte de la renta: la globalización y la mercantilización de la cultura". En: Harvey, David. (Ed), *Espacios del capital. Hacia una Geografía crítica* (pp. 417- 445). Madrid: Akal.
- Hughes, George.  
1995. "Authenticity in tourism". *Annals of Tourism Research* 22 (4): 781-803.
- INDEC.  
2010. Censo 2010. Instituto Nacional de Estadística y Censos Censo Nacional de Población y Viviendas. Disponible en: <http://www.censo2010.indec.gov.ar/>.
- Lecot, Alberto.  
1967. Parque Criollo y Museo Gauchesco "Ricardo Güiraldes" de San Antonio de Areco. *Historia de su fundación*. La Plata: Dirección de Museos, Monumentos y Lugares Históricos.
- MacCannell, Dean.  
1973. "Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings". *American Journal of Sociology* 79 (3): 589-603.
- Montaldo, Graciela.  
1993. De pronto, el campo. *Literatura argentina y tradición rural*. Buenos Aires: Viterbo.
- Autor.  
2013. "Patrimonio, turismo y los discursos de autenticidad en Capilla del Señor, Exaltación de la Cruz". *Revista Estudios y perspectivas en Turismo* 22 (4): 785-804.
- Autor.  
2014. "El legado Güiraldeano en San Antonio de Areco". Actas XI Congreso Argentino de Antropología Social. Disponible en: <http://www.11caas.org/conf-cientifica/comunicacionesActasEvento.php>.
- Prats, Lorenç.  
2006. "La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias". *PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico* 58: 72-80.
- Reisner, Yvette y Steiner, Carol.  
2006. "Reconceptualizing object authenticity". *Annals of Tourism Research* 33 (1): 65-86.
- Rockwell, Elsie.  
2009. La experiencia etnográfica. Historia y cultura en los procesos educativos. Buenos Aires: Paidós.
- Sánchez Fernández, Antonio.  
2013. "Patrimonio auténtico, turismo auténtico. Influencia de la cultura postmoderna en el concepto de Restauración". *Pasos* 11 (4): 603-614.

Silverman, Helaine. (Ed.).

2011. *Contested Cultural Heritage. Religion, Nationalism, Erasure, and Exclusion in a Global World*. New York: Springer.

Spooner, Brian.

1986. “Tejedores y comerciantes: La autenticidad de una alfombra oriental”. En: Appadurai, Arjun. (Ed), *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías* (pp.243-294). México: Grijalbo.

Wang, Ning.

1999. “Rethinking authenticity in tourism experience”. *Annals of Tourism Research* 26 (2): 349-370.

Zusman, Perla.

2012. “La Revista Geográfica Americana en la década de 1930: entre el modelo de la National Geographic y la invención de los paisajes argentinos orientados a la práctica turística”. *Revista Registros* 9: 81-96.

## Notas

- <sup>1</sup> El Fiesta de la Tradición dejó de organizarse el 10 de noviembre (oportunidad en que se realiza el desfile de los centros tradicionalistas y tropillas) para pasar a realizarse el fin de semana más cercano a la fecha. La celebración se amplía a una semana de festejos incorporando actividades y muestran vinculadas con la tradición y activación del gaucho, para aumentar los atractivos y flujo turístico. A partir del 2014, los festejos comenzaron a tener un mes de duración.
- <sup>2</sup> Disponible en: [http://www.turismo.gba.gov.ar/marketing/archivos/folleto/Folleto\\_Escapadas\\_BA.pdf](http://www.turismo.gba.gov.ar/marketing/archivos/folleto/Folleto_Escapadas_BA.pdf).
- <sup>3</sup> El chiripá es una prenda originalmente indígena que luego incorporada a la vestimenta gaucha argentina. Es una tela que se coloca a modo de pañal, asegurado en la cintura con una faja. Con el tiempo fue sustituido por la bombacha de campo.
- <sup>4</sup> El recado es la montura del caballo que se conforma de diferentes piezas (e.g. manta, cojinillo, cincha, estribos), que se colocan en un orden determinado.
- <sup>5</sup> Referencia: I: Investigador, E: Entrevistado.
- <sup>6</sup> Oscar Esperanza “Chaqueño” Palavecino es un cantante folklórico reconocido, proveniente de la provincia de Salta (noroeste argentino).
- <sup>7</sup> Históricamente San Antonio de Areco fue gobernada por dos ideologías políticas dominantes: conservadores, como era la familia Güiraldes, y los radicales (o liberales), con un gobierno popular (peronista) en la década de 1980. Sin embargo, éste último su ideología y actuación no impactó demasiado en la gestión y representación en la concepción de la tradición en la localidad.

*Recibido:* 31/07/2014  
*Reenviado:* 08/03/2016  
*Aceptado:* 10/04/2016  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*

## Opiniones y ensayos

### O Escudo Guianês: um patrimônio natural para preservar

Rubens da Silva Ferreira\*

Universidade Federal do Pará (Brasil)

---

**Resumo:** O trabalho reflete sobre o Escudo Guianês como patrimônio natural a ser preservado em um processo orientado pela cooperação internacional entre Brasil, Colômbia, Guiana Francesa, Guiana, Suriname e Venezuela na proteção de um bem transfronteiriço. Entre outras possibilidades, aponta para a criação de Unidades de Conservação (UC) nesse relevo sul-americano para inclusão na Lista de Patrimônio Mundial da *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO).

**Palavras-chave:** Escudo Guianês; Biodiversidade; Patrimônio natural; Patrimônio mundial.

---

#### The Guiana Shield: a natural heritage to preserve

**Abstract:** The work reflects on the Guiana Shield as natural heritage to be preserved in a process driven by international cooperation between Brazil, Colombia, French Guiana, Guyana, Suriname and Venezuela in the protecting of a transboundary property. Among other possibilities, a proposed action in this direction is given by the creation of Conservation Units (CU) for inclusion in the World Heritage List of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO).

**Keywords:** Guiana Shield; Biodiversity; Natural heritage; World heritage.

---

#### 1. Introdução

O Escudo Guianês, também conhecido como Escudo das Guianas ou Escudo Guianense, constitui-se em um relevo rochoso cristalino, que forma uma área tectonicamente estável na América do Sul (Reis *et al.*, 2006). Ele já esteve ligado ao Oeste da África antes do pré-rompimento de Pangeia, possuindo jazidas minerais de ferro, manganês, ouro e prata, o que o torna objeto de interesse econômico para os Estados e para as companhias multinacionais interessadas na exploração desses recursos (Reis *et al.*, 2006). Em solo brasileiro ele se estende por parte da Região Norte, especialmente pelo estado do Amapá, do Pará, do Amazonas e de Roraima. Em terras internacionais, ocupa quase toda a área da Guiana Francesa, da Guiana e do Suriname, prolongando-se também em uma parte expressiva da Venezuela e uma pequena porção da Colômbia. Trata-se, portanto, de um testemunho da formação da Terra, que abriga formas de vida e biomas diversos que estão em contato com as idiosincrasias da dinâmica política, social, cultural, jurídica e econômica dos países por onde se estende.

Marcado por uma biodiversidade que lhe é própria, o Escudo Guianês vem sendo debatido pela comunidade científica internacional quanto à ação antrópica desordenada face os rumos do desenvolvimento. Nesta direção, em 2006, na cidade de Santa Elena de Uairén, estado Bolívar, na Venezuela, a *Universidad Nacional Experimental de Guayana* (UNEG) reuniu estudiosos de diferentes áreas do conhecimento no I Congresso Internacional da Biodiversidade do Escudo Guianês (Ferreira e Santos, 2010)<sup>1</sup>. No centro do debate estava a relação ser humano/meio ambiente no contexto desse relevo, e, dentre

---

\* Doutorando em Ciência da Informação (IBICT/UFRJ). M.Sc. em Planejamento do Desenvolvimento (NAEA/UFPA). Especialista em Bibliotecas Universitárias (CSE/UFPA). Bacharel em Biblioteconomia (SCE/UFPA). Docente da Faculdade de Biblioteconomia (FABIB/ICSA/UFPA); E-mail: rubenspa@yahoo.com

outras questões, os estudos mostravam os danos aos ecossistemas terrestres e lacustres em função da atividade mineradora, os modos de ser e de viver dos grupos étnicos cuja vida está intimamente ligada aos recursos disponíveis nesse escudo, bem como as políticas de desenvolvimento dos países pelos quais ele se estende. Assim, de um modo geral, os pesquisadores revelaram uma realidade problemática, que demanda ações em direção à preservação do meio ambiente e dos povos que lá vivem, orientando-se pelo princípio do que tem sido chamado de sustentabilidade.

Diante deste contexto, este estudo tem por objetivo construir um entendimento sobre o Escudo Guianês como objeto de *patrimonialização*. Isto é, tomá-lo como elemento em processo de proteção no qual estão envolvidos não apenas instrumentos legais e metodológicos, mas também expressões de poder, uma vez que a atribuição de valor aos bens culturais e/ou naturais sempre mobiliza sujeitos com interesses distintos, abrindo, assim, espaço para o conflito e para a negociação (Boylan, 2006; Velho, 2006; Cruz, 2012). Com efeito, pensar em estratégias de proteção ao Escudo Guianês e, conseqüentemente, às formas de vida que ele abriga, significa buscar caminhos possíveis para a cooperação internacional entre os vários países sul-americanos pelos quais ele se estende.

Logo, a pergunta que orienta este ensaio é a seguinte: como pensar a preservação do Escudo Guianês em sua diversidade biológica e cultural segundo uma lógica patrimonial? Todavia, dadas as dimensões desse escudo impõe-se a discussão do conceito de território, uma vez que ele se estende por terras além das fronteiras nacionais, precisamente no Brasil, Guiana Francesa, Guiana, Suriname, Venezuela e na Colômbia. Por conseguinte, vista esta introdução, a discussão que segue trata do desenho teórico para, em seguida, pensar as ações possíveis de proteção a esse patrimônio natural, e, conseqüentemente, da diversidade biológica e cultural das populações indígenas e tradicionais que nele encontram as condições de sua reprodução material e cultural. Destarte, ao final são apontadas estratégias de proteção tanto no âmbito nacional, com ações implementadas por cada um dos países e departamento ultramarino<sup>2</sup> cingidos por esse relevo, quanto na esfera internacional, neste último caso, pleiteando junto à *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) a inclusão de novas áreas do Escudo Guianês na Lista de Patrimônio Mundial.

## 2. O Escudo Guianês: território de diversidade biológica e cultural

O processo de expansão ultramarina iniciado no século XV como empreendimento de conquista de novos territórios, expansão do poder e de acumulação de recursos naturais, acabou por revelar mais do que a existência de especiarias e de minérios. Não só o ouro e a prata para sustentar a economia das coroas dos impérios do Velho Mundo tornaram-se objeto de interesse dos colonizadores, como também os indígenas que pouco a pouco seriam doutrinados pela Igreja Católica Apostólica Romana. No plano científico, para homens interessados nos estudos em História Natural, a conquista de terras além-mar representava a possibilidade de descobrir e de catalogar espécies da fauna e da flora até então desconhecidas pelos europeus, mas não para as populações indígenas que já viviam nas terras que vieram a se tornar colônias de exploração. Ainda nesta direção, ao se considerar o caso da ocupação espanhola, francesa, inglesa, holandesa e portuguesa na América do Sul, notadamente a partir da expansão ultramarina, tem-se nesse momento os primeiros contatos com a biodiversidade de uma floresta tropical comentada logo nas primeiras correspondências enviadas aos países que impulsionavam tais viagens, em especial Portugal e Espanha. Um exemplo nesta direção é a famosa carta de Pero Vaz de Caminha ([1500], 1963), sobre o “descobrimento” do Brasil, e os relatos de Carvajal ([1541-1542], 1944) e de Acuña (1641), sobre as expedições que empreenderam pelo Rio Amazonas. Nessas narrativas não é difícil encontrar descrições textuais sobre as florestas, os rios e os diferentes animais que vivem nesses domínios e que são apresentados como novidade exótica ao olhar curioso do homem europeu.

Na medida em que o império português, espanhol, inglês, francês e holandês intensificaram a construção e a ocupação das primeiras vilas nas terras conquistadas na América do Sul, cresceu então o interesse pelo levantamento de informações e de conhecimentos acerca dos recursos naturais disponíveis nessas áreas. França e Inglaterra, nesta perspectiva, em articulação com as associações científicas da época, passaram a organizar expedições chefiadas por exploradores de renome saber ou indicados por naturalistas mais experientes<sup>3</sup>. Seguindo pela Venezuela, Suriname, Guiana, Guiana Francesa e Brasil (em trechos de Roraima e Amapá), os viajantes percorreram terras e rios das áreas pelas quais se estende o Escudo Guianês (Figura 1). E entre outras ações, eles realizaram observações sobre plantas, mamíferos, aves, répteis, insetos e peixes que compõe a biodiversidade desse escudo, aqui pensado como território.



**Figura 1: Vista do Escudo Guianês, circunscrito pelo tracejado em vermelho.**



**Fonte:** Google Maps, 2014, adaptado pelo autor.

Em sentido amplo, a noção de território está associada à ideia de posse de uma determinada área, cujos limites são demarcados por animais, pessoas, organizações ou instituições para atender necessidades específicas. Em sentido *stricto*, ao menos do ponto de vista da Geopolítica, o termo designa todo espaço físico sobre o qual o Estado exerce seu poder jurisdicional (Ratzel, 1990). Sob um olhar antropológico, Ther Ríos (2006: 106) define território “[...] como el espacio cargado de actividades humanas, de historia e imaginarios, significa un punto de encuentro para distintos intereses [...]”, quais sejam econômicos, políticos, religiosos, legais ou culturais, quase sempre conflitantes. Deste modo, a multiplicidade de interesses e de usos que os atores sociais fazem dele acaba por transformá-lo num espaço de tensões e de conflitos, no qual os sujeitos buscam exercer poder e influenciar os demais indivíduos ou grupos que se encontram em contato político, econômico e/ou cultural. Todavia, esta concepção de território vigorou fortemente na Geopolítica entre os anos de 1950 e 1980, sendo progressivamente substituída nos anos de 1990 (Valverde, 2004), na medida em que as transformações políticas, econômicas e tecnológicas permitiram engendrar espaços cada vez mais simbólicos de constituição de território.

Então uma nova noção de território foi construída na Geografia, para além da organização socioespacial de uma determinada nação. Souza (1995), neste ponto, concebe o território como um espaço marcado pelo poder, no qual as redes de relações que se estabelecem entre os de dentro (*insiders*) e os de fora (*outsiders*) conformam um campo de forças que disputam a primazia pelo exercício do controle sobre os recursos e as populações. Neste ponto, as ações que se sucedem no território sobre o qual convergem interesses distintos, acabam por flexibilizar as fronteiras por meio de experiências de posse e de exclusão. Ou seja, conforme a dinâmica das relações dos grupos de poder, as fronteiras podem surgir ou desaparecer, se expandirem ou se contraírem, conforme a territorialidade construída. Acerca desse último termo, Sack (1986) o explica como o produto de estratégias de um grupo dominante no controle do território. Do ponto de vista prático, a territorialidade é construída pela (1) classificação da área do território, pelo (2) controle de acesso e pelo (3) modo de comunicação. Isto significa dizer que a criação de

limites de contato entre pessoas e coisas num território é feita sem a necessidade de classificá-las uma a uma, dando simplesmente pela imposição de barreiras físicas ou simbólicas para controlar o acesso de outros indivíduos, de outros grupos que desejam os recursos que não estão sob sua jurisdição. Por fim, tem-se a comunicação ampla, critério pelo qual o território é entendido sob o controle de um determinado grupo mediante a manifestação explícita de posse, seja esta manifestação oral ou documentada em leis, mapas ou outros meios gráficos.

Neste contexto, o Escudo Guianês é pensado aqui como um território sob diversos aspectos. Primeiro porque ao longo de toda a sua extensão geográfica ele é ocupado e apropriado por atores sociais distintos, pertencentes às sociedades tradicionais ou às sociedades capitalistas, que o utilizam para a satisfação de suas necessidades materiais e culturais. Ademais, dados os recursos naturais que possui tais como minérios, madeiras, água doce, plantas de uso medicinal e outros, a ocupação e o uso dele envolvem relações diplomáticas e de poder entre Brasil, Guiana, Guiana Francesa, Suriname, Venezuela e Colômbia. Tais aspectos configuram-no como um espaço transnacional, todavia, marcado pelos contrastes econômicos, políticos, sociais e culturais de cada nação e território ultramarino que o constitui. Em face dessas particularidades, há que se destacar os elementos de integração e de desintegração que envolvem as relações entre Brasil, Guiana, Guiana Francesa, Suriname, Venezuela e Colômbia nesse relevo sul-americano.

No que se refere às relações diplomáticas entre os países e departamento ultramarino já citados, observa-se que eles gozam de um clima propício à cooperação internacional, sobretudo pela quase completa ausência de tensão política entre eles. Aliás, no plano ambiental já existe um acerto diplomático. O Tratado de Cooperação Amazônica (TCA), celebrado entre os países e o departamento ultramarino em contato com o Escudo Guianês mais o Peru, a Bolívia e o Equador, em seu cerne tem a preocupação com o desenvolvimento sustentável. Isto significa dizer que as partes envolvidas no TCA estão – ao menos em tese – em busca de alternativas de desenvolvimento que assegurem a melhoria da qualidade de vida das populações amazônicas, o crescimento econômico e a proteção do patrimônio natural dessa região. A respeito da cooperação internacional, Sola *et al.* (2006) observam que ela se coloca como iniciativa da maior importância nas situações de danos ambientais transfronteiriços, sobretudo porque envolvem questões relacionadas à soberania e ao desenvolvimento dos países afetados pelos efeitos negativos da ação antrópica. Em razão disso, desde 1978 a Comissão de Direitos Internacionais das Nações Unidas vêm discutido encaminhamentos quanto aos prejuízos causados à natureza (Sola *et al.*, 2006), precipuamente porque os ecossistemas são autônomos em relação às fronteiras que delimitam um determinado país, tal como evidencia o Escudo Guianês em sua diversidade biológica.

Diante de um relevo que está para além dos limites jurídicos de uma nação em particular, Fogel (2008), ao tratar da tríplice fronteira entre Brasil, Paraguai e Argentina nos ajuda a pensar os elementos de integração e de desintegração entre os países cingidos pelo Escudo Guianês. De acordo com esse autor, a identificação de fatores positivos deve ser fortalecida pelos Estados em razão de suas fronteiras; os fatores negativos, por sua vez, devem ser objeto de controle estatal, notadamente por meio de políticas públicas específicas, capazes de reduzir os efeitos danosos que uma decisão governamental possa gerar sobre cada um dos países envolvidos. Ao se pensar o caso específico do Escudo Guianês, têm-se, então, como aspectos positivos, as experiências nacionais de criação de áreas de proteção ambiental, tal como no Brasil, na Venezuela e no Suriname, resultando em uma base de conhecimento científico, tecnológico, jurídico, político e prático com potencial para ser mobilizada, compartilhada e ampliada para os demais países e departamento ultramarino em contato com esse relevo. Ao se pensar o caso específico do Escudo Guianês, como aspectos positivos têm-se a integração entre os países, as relações políticas, econômicas e culturais, o compartilhamento de áreas transfronteiriças por populações indígenas e os biomas terrestres e aquáticos nos quais estão concentradas diversas espécies animais e vegetais. Por outro lado, entre os aspectos negativos que se impõem como entraves a essas relações, têm-se, entre outros, o contrabando de armas, o tráfico humano, de animais silvestres e de drogas, a poluição de rios por mercúrio em função da atividade aurífera clandestina<sup>4</sup> e a biopirataria. Tais práticas negativas são favorecidas pelas condições naturais desse relevo, que compartilha de uma imensa região de floresta tropical densa, recortada por rios e exposta às fragilidades dos Estados no controle eficiente de suas fronteiras, facilitando, desta maneira a realização de práticas ilegais de toda sorte.

É assim, que, ao se considerar os aspectos negativos que envolvem a realidade do Escudo Guianês, defende-se aqui a necessidade de uma intervenção estatal efetiva em direção ao enfrentamento dos problemas humanos e ambientais. Torna-se imperativo, nesse sentido, a elaboração e a implementação de políticas públicas capazes de interferir nos males socioambientais internos de cada país ou território ultramarino, de maneira a buscar estratégias capazes de produzir efeitos sobre os obstáculos que

ameaçam a vida nesse relevo. Isto porque o conceito de biodiversidade envolve a vida em uma dimensão planetária, o que inclui a variabilidade dos seres vivos, dos diferentes ecossistemas e dos complexos ecológicos da biosfera, cuja existência deles, e, por extensão, da própria da espécie humana está a depender (Lewinsohn e Prado, 2008). Assim, entre as espécies animais em vulnerabilidade ou risco de extinção no território do Escudo Guianês têm-se, por exemplo, a onça pintada (*Panthera onca*), a tartaruga de couro (*Dermochelys coriacea*), o macaco-aranha (*Ateles geoffroyi*), o surubim (*Steindachneridion amblyura*), a anta (*Tapirus terrestris*), um tipo de rã (*Dendrobates azureus*), o araçari-de-pescoço-vermelho (*Pteroglossus bitoquartus bitoquartus*), o galo-da-serra andino (*Rupicola peruviana*), a suçuarana (Puma concolor) e o sapo púrpura fluorescente, este último, aliás, só recentemente descoberto em expedição científica ao Suriname (Sapo..., 2007). Da flora, tem-se a castanheira (*Bertholletia excelsa* H. B. K.), o mogno (*Swietenia macrophylla*, King.) e a andiroba (*Carapa guianensis*, Aub.) entre outras espécies já bastante afetadas pela exploração madeireira, destinadas principalmente à demanda do mercado internacional por móveis fabricados com insumos tidos como nobres, sobretudo o mercado norte-americano e europeu.

Para além das espécies animais e vegetais, têm-se, ainda, as populações indígenas isoladas, que, diante do avanço da atividade pecuária, das madeiras e das mineradoras encontram-se em condições de sobrevivência cada vez mais incertas, em que pesem os esforços da Coordenação de Índios Isolados e Recém Contatados (CIIRC) da Fundação Nacional do Índio (FUNAI), ao menos na porção brasileira do Escudo Guianês. A situação também não se mostra diferente ao se considerar os grupos contatados que vivem nesse território, como os Palikur, Wayana, Yanomami, Kokama, Baniwa, Waiãpi, Baré, Pémon, Karapanã, Wai-Wai, Desana, Emerillon, Wenaiwika, Maku, Bará, Hixkariana, Kapon, Tuyuka, Galibi-Marworno, Kulina, Galibi do Oiapoque, Sikuni e outras muitas etnias. Para essas populações os recursos naturais garantem não só o sustento, mas também a reprodução dos bens imateriais, que, coletivamente ritualizados, contribuem para o fortalecimento de sua identidade cultural.

Populações tradicionais, ou seja, aquelas que usam conhecimentos tradicionais para a subsistência, empregando tecnologias sustentáveis – a exemplo do que fazem os extrativistas, ribeirinhos, seringueiros e quilombolas – também ocupam áreas do Escudo Guianês (Arruda, 1999). De maneira similar aos indígenas, essas pessoas mantêm um modo de vida fortemente associado aos recursos hídricos, lacustres, madeiros, florísticos e faunísticos encontrados nesse relevo. Por conseguinte, pensar em ações de preservação para o Escudo Guianês implica percebê-lo como patrimônio natural, isto é, como um bem compartilhado não só pelas populações humanas em suas diferentes etnias e tradições produtivas, mas também pelos demais seres vivos encontrados nos biomas que formam a diversidade biológica desse relevo.

### 3. O Escudo Guianês em uma perspectiva patrimonial

É no âmbito internacional que podemos encontrar as bases normativas capazes de preservar o Escudo Guianês como patrimônio natural. Em 17 de outubro de 1972, a *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) promoveu, em Paris, sua 17<sup>o</sup> reunião para discutir a proteção do patrimônio mundial, cultural e natural (UNESCO, 2006)<sup>5</sup>. Do encontro resultaram várias orientações quanto à proteção nacional e internacional dos bens relacionados à natureza e à cultura de interesse à preservação. Deste modo, as formações geológicas e fisiográficas, bem como as zonas habitadas por espécies animais e vegetais ameaçadas são elementos que merecem atenção dos Estados em suas políticas de preservação, quer dizer, em políticas capazes de evitar a perda da diversidade biológica e dos recursos naturais existentes (UNESCO, 2006). Tais elementos são destacados como patrimônio natural de valor universal, o que implica conjugação de esforços jurídicos, científicos, técnicos e financeiros internacionais no enfrentamento dos mecanismos de ameaça à continuidade histórica dessa modalidade de bem, que, uma vez destruído, não pode ser reconstituído do mesmo modo que um prédio histórico, por exemplo.

No documento da Convenção do Patrimônio Mundial, assinado pelos Estados participantes da 17<sup>a</sup> reunião da UNESCO<sup>6</sup>, é possível verificar cinco fatores elementares à identificação da necessidade de preservação do patrimônio natural. O primeiro deles diz respeito à ameaça constante de destruição, quer pelas transformações que se sucedem na esfera social, política e/ou econômica das sociedades que estão em contato com os bens produzidos pela natureza, quer pelas mudanças naturais impostas pela própria dinâmica das forças naturais. Em segundo lugar, a degradação do patrimônio natural resulta em uma perda para a população mundial, o que se impõe como um argumento de força sob a perspectiva sistêmica da relação ser humano/natureza e da influência mútua que um exerce sobre o outro. Um terceiro argumento aponta para os limites de proteção dos bens naturais no âmbito dos Estados. Limites esses que são tanto de ordem política, técnica e científica quanto econômica e que

interferem nas ações estatais para dar conta de áreas de grande extensão territorial, tal como é o caso do Escudo Guianês, cujo relevo e a diversidade biológica ultrapassam fronteiras nacionais. O quarto fator importante nos esforços internacionais de proteção do patrimônio natural diz respeito à prerrogativa da UNESCO para estimular a criação de instrumentos capazes de assegurar a continuidade de bens ímpares, “insubstituíveis”, logo, de excepcional valor universal para as diferentes sociedades existentes no planeta, sejam elas tradicionais ou industrializadas. Um quinto fator aponta para a necessidade da “coletividade internacional” no envolvimento em ações de proteção ao patrimônio natural de “excepcional valor universal” (UNESCO, 2006), sempre que este estiver ameaçado. Entretanto, a articulação dos países não significa a substituição do Estado, interessado na preservação de seu próprio patrimônio natural. Isto significa dizer que, em sua estrutura administrativa, cada país deve dispor de departamentos, secretarias ou de setores encarregados dos assuntos relacionados não somente ao patrimônio cultural, mas também ao natural, bem como de instrumentos normativos e metodológicos necessários ao cumprimento de suas funções.

A mesma Convenção orienta ainda que os Estados, na responsabilidade de identificar, estudar, proteger, preservar e difundir o patrimônio cultural e/ou natural em seus respectivos territórios podem, quando necessário, utilizar estratégias de assistência e de cooperação internacional. Esta articulação entre países é vislumbrada nas dimensões técnica, financeira, artística e/ou científica, de acordo com as especificidades do bem a ser constituído como objeto de proteção. No caso particular do Escudo Guianês, a pesquisa científica multidisciplinar se coloca como da maior importância, sobretudo na produção de diagnósticos e de inventários de áreas de interesse à preservação, notadamente por sua diversidade biológica e cultural. Os documentos gerados a partir desses diagnósticos e inventários são basilares para os encaminhamentos das propostas de inclusão de novos bens naturais a serem protegidos. De acordo com a UNESCO (2006: 183), na avaliação dos pedidos pelo Comitê do Patrimônio Mundial são levados em consideração se os bens culturais e/ou naturais indicados estão:

- em risco sério de desaparecimento, em função de degradação acelerada;
- ameaçados por projetos de obras públicas ou privadas de grandes proporções;
- fragilizados em função do acelerado desenvolvimento urbano e turístico;
- em risco de destruição por alterações de uso ou de propriedade da terra;
- sujeitos a alterações significativas provocadas por causas desconhecidas;
- abandonados por qualquer razão;
- em áreas de conflito armado declarado ou sob o risco de eclodirem<sup>7</sup>; e
- em áreas atingidas por catástrofes, cataclismos, terremotos, grandes incêndios, deslizamentos de terras, erupções vulcânicas, alterações expressivas do nível das águas como aquelas decorrentes de maremotos, inundações e outros do tipos.

Nas propostas encaminhadas ao Comitê do Patrimônio Mundial da UNESCO também estão incluídas aquelas que envolvem bens culturais e/ou naturais situados em territórios que se estendem pela jurisdição de vários países, os assim chamados *bens transfronteiriços*. Na condução do processo, uma vez aprovada a solicitação de inclusão dos bens na Lista do Patrimônio Mundial, o Comitê delibera sobre “[...] a natureza e a amplitude de sua ajuda e autorizará a celebração, em seu nome, dos acordos necessários com o[s] governo[s] interessado[s]” nas ações de salvaguarda para a preservação do patrimônio cultural e/ou natural (UNESCO, 2006: 184). Na análise do pedido, todavia, não são levados em consideração aqueles em que não exista consentimento entre todos os Estados interessados na proteção do bem transfronteiriço.

Uma ação internacional potencial, articulada entre Brasil, Guiana Francesa, Guiana, Suriname, Venezuela e Colômbia precisa ser buscada em direção à proteção do Escudo Guianês, e, conseqüentemente, à proteção da diversidade cultural e biológica que ele abriga. Embora insuficientes, no contexto do território ocupado por esse relevo existem iniciativas isoladas de algumas nações limítrofes, a exemplo do Brasil, da Venezuela e do Suriname. Deste modo, em terras brasileiras, o Complexo de Preservação da Amazônia Central foi incluído na Lista do Patrimônio Mundial pela UNESCO em 2002, abrangendo uma área de proteção de mais de 5,3 milhões de hectares (UNESCO, 1992-2011). Por sua vez, o Parque Nacional Canaima, na Venezuela, possui *status* congênere desde 1994. Ocupando uma área fronteiriça tríplice de 3 milhões de hectares, ele abriga indígenas Pémon, uma biodiversidade com a ocorrência de espécies endêmicas e formações geológicas conhecidas como *tepuí* (UNESCO, 1992-2011). Essas formações se assemelham a grandes mesas rochosas, que se erguem imponentes sobre o bioma da savana. Inclusive uma polêmica local tem surgido em torno das tradições dos Pémon e dos usos que

fazem dos recursos naturais nesse Parque. Trata-se do costume de utilizar o fogo antropogênico para caçar o veado de rabo branco (*Odocoileus virginianus*), para a comunicação humana e para evitar pragas de animais peçonhentos como escorpiões (*Bothriuridae*) (Romero, 2010). Assim, cientistas se dividem em opiniões, pois, para alguns, o manejo da savana com o uso do fogo é importante para a renovação da vegetação; para outros, a prática recorrente das queimadas ameaça as espécies florísticas mais sensíveis, que não conseguem se reproduzir após o incêndio, e, por outro lado, as chamas provocam a matança desnecessária de insetos, répteis e mamíferos importantes nesse bioma.

A Reserva Natural do Suriname Central também aparece na Lista de Patrimônio Mundial. Ela é formada por uma ampla área de floresta tropical primária, distribuída em 1,6 milhões de hectares, representando uma das maiores áreas das terras altas do Escudo Guianês (UNESCO, 1992-2011). Bem preservada por não ser habitada, ela abriga cerca de 300 espécies de aves conhecidas e 6 mil variedades de plantas vasculares *sui generis*, que nascem nas florestas de montanha, nos alagados e no cerrado. Na bacia do rio Coppename, protegida por essa reserva, ainda são encontrados exemplares de ariranha (*Pteronura brasiliensis*), animal que atualmente figura entre as espécies ameaçadas de extinção do planeta (UNESCO, 1992-2011).

Nesta discussão sobre medidas de proteção internacional aos bens naturais, o Complexo de Preservação da Amazônia Central, o Parque Nacional Canaima e a Reserva Natural do Suriname Central foram incluídos na Lista do Patrimônio Mundial segundo as Orientações Técnicas para Aplicação da Convenção do Patrimônio Mundial (UNESCO, 2010). Essa inclusão efetivou-se pelos critérios de valor de excepcionalidade, que, em uma perspectiva comparada, são mais ou menos comuns a essas áreas naturais. Nesta direção, o Complexo de Preservação da Amazônia Central e a Reserva Natural do Suriname Central foram avaliados pelo Comitê do Patrimônio Mundial da UNESCO como espaços naturais “[...] excepcionalmente representativos de processos ecológicos e biológicos [...]” que sustentam ecossistemas terrestres, aquáticos, costeiros e marinhos habitados por espécies ameaçadas de extinção, tornando-os de interesse para a Ciência e para ações de preservação (UNESCO, 2010: 28). Por sua vez, o Parque Nacional Canaima não só satisfaz a esses critérios como tem a excepcionalidade dada pela “beleza natural e estética” e pelo caráter de testemunho da formação geológica da Terra (UNESCO, 2010: 28). Em seu conjunto, tais iniciativas em áreas isoladas do Escudo Guianês no Brasil, na Venezuela e no Suriname junto à UNESCO são reveladoras do valor patrimonial excepcional desse revelo, o que se dá notadamente pela diversidade biológica que abriga.

Entretanto, diferente do que se tem no Brasil, na Venezuela e no Suriname, as partes do Escudo Guianês encontradas na jurisdição guianesa, guianesa francesa e colombiana ainda não foram objeto de estratégias internacionais de proteção, em que pese a existência de espécies da flora e da fauna desses países e departamento ultramarino em situação de vulnerabilidade ou de ameaça de extinção. É neste ponto que se defende a ampliação do processo de patrimonialização nesse relevo, a fim de permitir não só a continuidade dos recursos florestais, hídricos, faunísticos e florísticos, com também das populações indígenas e tradicionais que dependem deles em sua reprodução material e cultural. Assim, ao se pensar em um processo direcionado pelos Estados para a inclusão de novas áreas de proteção do Escudo Guianês na Lista do Patrimônio Mundial da UNESCO, entendemos que este pode se dar a partir daqueles bens caracterizados como transfronteiriços (UNESCO, 2010), uma vez que eles se expandem e envolvem territórios de países com fronteiras comuns.

Os pedidos de inclusão na Lista do Patrimônio Mundial que envolvem bens transfronteiriços propriamente ditos são sempre encaminhados conjuntamente pelos Estados interessados. Em razão disso, a UNESCO recomenda que as partes constituam um “comitê de gestão conjunta” ou organização similar para a gestão compartilhada do bem elegível (UNESCO, 2010: 39). Em sua formalidade, os processos referentes ao patrimônio natural são enviados ao Centro do Patrimônio Mundial da UNESCO, sediado em Paris, a fim de que sejam submetidos à avaliação da União Internacional para a Conservação da Natureza (UICN), sobretudo quanto ao valor universal de sua excepcionalidade e quanto aos critérios de proteção e de gestão atendidos pelos proponentes. De um modo geral, entre a submissão da proposta e a manifestação da decisão do Comitê do Patrimônio Mundial tem-se um tempo processual estimado em mais ou menos um ano e meio, sujeito a estudos técnicos complementares e retificação das informações fornecidas pelas partes interessadas.

Todavia, uma vez tratados os encaminhamentos para a proteção de um bem natural junto à UNESCO, há que se falar sobre aquilo que entendemos como um processo mais complexo, que envolve ações preparatórias e posteriores a ele. Ainda que se recomende a proteção de bens transfronteiriços no Escudo Guianês, o aceite do pedido e, conseqüentemente, sua inclusão na Lista do Patrimônio Mundial, tudo isto corresponde a etapas menores do processo de patrimonialização. Esse processo, em si, precisa ser

dimensionado como algo maior e dinâmico, que tem início ainda na esfera local, onde os diferentes agentes se mobilizam em seus interesses por ações orientadas pela proteção, ou não, do patrimônio cultural e/ou natural. Na base desse processo tem-se a sociedade mais ampla, heterogênea por natureza, congregando diferentes indivíduos e grupos em sua capacidade de criar, identificar, sentir, vivenciar, valorar e significar aquilo que entendem como parte de suas vidas enquanto coletividade. Em outra instância tem-se o Estado, com seu aparato legislativo, executivo e judiciário disciplinando, controlando e organizando, ao mesmo tempo, o território e a sociedade. Nessa disputa de forças e de interesses também se faz presente o Mercado, atuando na dimensão da produção para a geração de riqueza, tal como faz a indústria extrativista e de transformação, cuja base do processo produtivo depende dos recursos que é capaz de obter da natureza. Não se pode esquecer também da sociedade civil, isto é, dos coletivos de sujeitos ou de grupos politicamente organizados e mobilizados em torno de determinadas questões, estejam elas incluídas, ou não, na agenda política do Estado; aqui estão incluídos, por exemplo, os movimentos sociais e as Organizações Não Governamentais (ONG).

São estes agentes que, em maior ou em menor força encontram-se na discussão, na disputa, no conflito e no desafio de produzir consenso sobre o que é patrimônio cultural ou natural, portanto, o que deve ser preservado – e, paradoxalmente, o que deve ser relegado ao esquecimento –, com quais estratégias, por quem, para quem e com que recursos. Esta é, aliás, a mesma dinâmica do processo de patrimonialização no âmbito da UNESCO, onde países de diferentes continentes, níveis de desenvolvimento e influência política e econômica competem pela elegibilidade de seus bens culturais e/ou naturais ao título de Patrimônio Mundial. Uma disputa duplamente motivada, pois, de um lado têm-se os interesses pelos recursos provenientes do Fundo do Patrimônio Mundial<sup>8</sup>, destinados à proteção e à salvaguarda dos bens listados pela UNESCO, e, de outro, o incremento na balança comercial a partir das divisas que o turismo cultural e ecológico gera para os países que possuem bens com *status* de patrimônio mundial.

Ainda assim, em que pese pensar a possibilidade de cooperação internacional entre Brasil, Colômbia, Guiana Francesa, Guiana, Suriname e Venezuela quanto às estratégias de proteção ao Escudo Guianês, a simples inclusão de partes transfronteiriças desse relevo na Lista de Patrimônio Mundial da UNESCO não assegura por si só a continuidade dos recursos naturais, muito menos das vidas humanas e não humanas associadas a eles. Como é sabido no campo do patrimônio, assim como um bem pode ser incluído ele também pode ser retirado da Lista, o que ocorre sempre que os países não cumprem suas responsabilidades na proteção do patrimônio. Ademais, diante do avanço da extração madeireira e mineral, do comércio de animais silvestres, da biopirataria, das rotas de tráfico humano e de drogas e dos conflitos por vezes violentos entre indígenas e não indígenas nas terras cingidas por esse relevo, proteger a cultura, a natureza e a vida exige políticas públicas intersetoriais que perpassem, ao mesmo tempo, a esfera do patrimônio, do meio ambiente e da segurança. Com efeito, pensar o Escudo Guianês em uma perspectiva patrimonial implica planejar e desenvolver ações internas em cada país e departamento ultramarino pelo qual ele se estende, a fim de potencializar os esforços locais, nacionais e multilaterais na preservação de um território de diversidade biológica e cultural emblemática. É neste sentido, que, para finalizar a discussão, são feitas as seguintes recomendações aos países em contato com esse relevo, a saber:

- promover a identificação e o estudo de bens transfronteiriços no Escudo Guianês, em direção à elaboração de acordos de cooperação internacional para a proteção dos recursos faunísticos, florísticos e hídricos, e, por extensão, das populações indígenas e tradicionais cuja vida e cultura estão diretamente associadas a esses recursos;
- fomentar e incentivar, técnica e cientificamente, o estudo da diversidade biológica e cultural no Escudo Guianês, mobilizando a *intelligentsia* nas universidades, nos institutos de pesquisa e nas instituições governamentais ou não governamentais dedicadas ao tema do patrimônio e/ou do meio ambiente, a fim de construir uma base de conhecimento capaz de auxiliar ações locais, nacionais e multilaterais de proteção aos bens naturais e culturais nesse relevo;
- aperfeiçoar a legislação, os instrumentos e as metodologias para a proteção do patrimônio natural e cultural, levando em consideração não apenas a continuidade da diversidade biológica, mas também das populações que dependem dela para sua reprodução material e cultural;
- qualificar os recursos humanos presentes nos órgãos governamentais de proteção ao patrimônio para lidar com os encaminhamentos relacionados aos bens naturais, à diversidade biológica e cultural, bem como para o uso ótimo dos instrumentos legais e das metodologias da UNESCO aplicadas à proteção do patrimônio mundial;
- estimular a composição multidisciplinar de recursos humanos nos órgãos de proteção ao patrimônio, incluindo pessoal com formação em Botânica, Geologia, Geografia, Zoologia e outras áreas afins;

- investir em Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) para o monitoramento das fronteiras dos países pelos quais o Escudo Guianês se estende, a fim de permitir a identificação e a instrumentalização de ações de fiscalização e de combate ao desmatamento das áreas protegidas, bem como no enfrentamento da biopirataria, do tráfico humano e de drogas e da exploração ilegal e predatória dos recursos naturais nesse relevo;
- discutir e produzir encaminhamentos jurídicos mais duros, precisamente quanto à reparação aos danos causados ao meio ambiente e às populações pelas empresas mineradoras e madeireiras que atuam – legal ou clandestinamente – nos países pelos quais se estende o Escudo Guianês; e
- criar novas Unidades de Conservação<sup>9</sup> em áreas de fronteira contíguas no Escudo Guianês, respeitando os direitos territoriais e de uso dos povos indígenas e das populações tradicionais, a fim de protegê-las junto à UNESCO, tal como ocorre com o Complexo de Preservação da Amazônia Central, com o Parque Nacional Canaima e com a Reserva Natural do Suriname Central.

Por fim, em paralelo ao encaminhamento dessas ações capazes de viabilizar esforços intergovernamentais, políticos, científicos e técnicos de preservação mais bem-sucedidos na esfera local e nacional, os países com bens transfronteiriços poderão constituir grupos de trabalho dedicados à identificação, ao estudo, à elaboração e ao acompanhamento das propostas de inclusão de novas UC na Lista do Patrimônio Mundial da UNESCO, desde que atendidos os critérios de excepcionalidade e/ou de beleza natural e estética. Assim, talvez ações como aquelas propostas aqui possam assegurar a continuidade da diversidade biológica e, por extensão, da diversidade cultural que existe nesse relevo sul-americano que se mantém e resiste como um testemunho da formação da Terra.

#### 4. Considerações finais

Presente em terras internacionais de quatro países e de um território ultramarino, envolvendo paisagens montanhosas, rios de água doce, quedas d'água, Terras Indígenas, áreas urbanas e rurais, o Escudo Guianês com seu patrimônio natural está longe de ser protegido em toda a sua extensão. Tal entendimento é dado pela dinâmica capitalista, que se reflete principalmente na expansão econômica das cidades sobre as áreas florestadas e, também, na pressão do desenvolvimento orientando pela exploração dos recursos madeireiros, hídricos e minerais. Além disso, desde os tempos coloniais as savanas vêm sendo transformadas pela produção agrícola e pela pecuária, dentro de um processo cada vez mais ampliado, acelerado e mecanizado.

É diante do que foi discutido neste ensaio que recomendamos a adoção de ações estratégicas orientadas para a patrimonialização do Escudo Guianês, precisamente com a ampliação do número de UC no Brasil, Guiana Francesa, Guiana, Suriname, Venezuela e na Colômbia. Na condução desse processo a atenção precisa ser dirigida para as áreas transfronteiriças nas quais esse relevo se revela em toda a sua excepcionalidade, beleza natural e estética, assim como para as zonas fisiográficas, cujo habitat de espécies animais e vegetais encontra-se ameaçado pela ação antrópica negativa. Com efeito, a articulação entre os países fronteiriços pela inclusão de novas áreas do Escudo Guianês na Lista de Patrimônio Mundial tem potencial para resultar na maior visibilidade internacional de seus biomas e de sua diversidade biológica e cultural, de maneira a exercer pressão global para a preservação desse relevo que é um testemunho da formação geológica da Terra.

As ações centradas na proteção da diversidade biológica e cultural no Escudo Guianês, tal como foram apontadas aqui, precisam ocorrer para além das fronteiras nacionais, pois, os países sobre os quais ele se estende partilham de problemas ambientais e humanos comuns. Logo, a cooperação internacional se coloca como um caminho necessário à discussão, ao planejamento e ao encaminhamento de esforços compartilhados de proteção ao solo, às florestas, às águas e à vida nesse relevo. Ademais, há que se levar em conta que as condições políticas na região sugerem um clima favorável aos acordos internacionais em defesa do patrimônio natural e cultural. E, para finalizar, cabe destacar que a condução de uma estratégia intergovernamental de proteção ao Escudo Guianês, orientada para a patrimonialização implica, sobretudo, no dever dos Estados em mobilizar as populações indígenas e tradicionais ao longo de todo o processo. Pois, como se sabe, esses grupos possuem informações e conhecimentos especializados fundamentais para gestão territorial compartilhada. Além disso, ao envolvê-los como sujeitos ativos nas ações de preservação dos territórios que ocupam, as ações de proteção tendem a ser mais bem-sucedidas em termos de alcance e resultados.

## Bibliografia

- Acuña, C.  
1641. *Nuevo descubrimiento del gran rio de las Amazonas*. Madrid: Imprenta del Reyno.
- Arruda, R.  
1999. “Populações tradicionais” e a proteção dos recursos naturais em Unidades de Conservação. *Ambiente & Sociedade*, 2 (5): 79-93.
- Boylan, P. J.  
2006. The intangible heritage: a challenge and an opportunity for museums and museums professional training. *International Journal of Intangible Heritage*, Seoul, 1: 53-65.
- Brasil.  
2000. Lei nº 9.985. Regulamenta o art. 225, § 1º, incisos I, II, III e VII da Constituição Federal, institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza e dá outras providências. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*, Brasília, 19 Julho. Disponível em : <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L9985.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9985.htm)>. Acesso em: 7 jan. 2013.
- Caminha, P. Vaz de.  
1963 [1500]. *Carta a El-Rei D. Manuel*. São Paulo: Dominus.
- Carmo, D. A. do.  
2003. Vida e morte nos rios. *Revista Eco*, 12 (74): não paginado. Disponível em: <[http://ambientes.ambientebrasil.com.br/agua/artigos\\_agua\\_doce/vida\\_e\\_morte\\_nos\\_rios.html](http://ambientes.ambientebrasil.com.br/agua/artigos_agua_doce/vida_e_morte_nos_rios.html)>. Acesso em: 7 jan. 2014.
- Carvajal, G. de.  
1944 [1541-1542]. Relación que escribió Fr. Gaspar de Carvajal, Fraile de la Orden de Santo Domingo de Guzmán, del nuevo descubrimiento del famoso río grande que descubrió por muy gran ventura el Capitán Francisco de Orellana desde su nacimiento hasta, salir al mar, con cincuenta y sietehombres que trajo consigo y se echó a su ventura por el dicho río, y por el nombre del Capitán que le descubrió se llamó el Río de Orellana. Madrid: Consejo de la Hispanidad.
- Cruz, R. C. A. da.  
2012. “Patrimonialização do patrimônio”: ensaio sobre a relação entre turismo, “patrimônio cultural” e produção do espaço. *GEOUSP: Espaço e Tempo*, São Paulo, 31: 95-104. Disponível em: <<http://citrus.uspnet.usp.br/geosp/ojs-2.2.4/index.php/geosp/article/viewArticle/537>>. Acesso em: 17 ago. 2014.
- Ferreira, R. da S. e Santos, A. (Org.).  
2010. *II Congresso Internacional da Biodiversidade do Escudo Guianês*: livro de resumos. Belém; Macapá: NAEA; MPEAP.
- Fogel, R.  
2008. La región de la triple frontera: territorios de integración y desintegración. *Sociologias*, Porto Alegre, 10 (20): 270-290.
- Lewinsohn, T. M. e Prado, P. I.  
2008. *Biodiversidade brasileira*: síntese do estado atual do conhecimento. São Paulo: Contexto.
- Ratzel, F.  
1990. O povo e seu território. Em Moraes, A. C. R. (Org.). *Ratzel*. São Paulo: Ática. (pp. 73-82).
- Reis, N. J. *et al.*  
2006. Dois eventos de magnetismo máfico mesozóico na fronteira Brasil-Guiana, escudo das Guianas: enfoque à região do rifte Tucuto-North Savannas. Em Silva, M.G. y Franca-Rocha, W.J.S. (Org.). *Coletânea de Trabalhos Completos*. Salvador: SBG. (pp. 459-464).
- Romero, S.  
2010. Tradição indígena de queimar savanas é contestada na Venezuela. *Portal G1*, 6 f. Disponível em:<<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2010/05/tradicao-indigena-de-queimar-savanas-e-contestada-na-venezuela.html>>. Acesso em: 7 jan. 2014.
- Sack, R.  
1986. *The human territoriality: its theory and history*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sapo fluorescente e 23 espécies são achadas no Suriname.  
2007. *Estadão*, São Paulo, 12 Junho. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/vidae,sapo-fluorescente-e-23-especies-sao-achadas-no-suriname,8115,0.htm>>. Acesso em: 7 jan. 2014.
- Schomburgk, M. R.  
1847. *Travels in British Guiana 1840-1844*. Georgetown: Daily Chronicle Office.



Sola, F. *et al.*

2006. Responsabilidade civil ambiental nos países integrantes do Tratado de Cooperação Amazônica. En XV Congresso Nacional do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito. *Anais*. Manaus: CNPDI. 21 p. ISBN: 978-85-87995-80-3. Disponível em: <[http://www.conpedi.org.br/manaus/arquivos/anais/manaus/direito\\_ambiental\\_fernanda\\_sola\\_e\\_outros.pdf](http://www.conpedi.org.br/manaus/arquivos/anais/manaus/direito_ambiental_fernanda_sola_e_outros.pdf)>. Acesso em: 7 jan. 2014.

Souza, M. J.L.

1995. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. Em Castro, I. E. *et al.* *Geografia: conceitos e temas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. (pp.77-116).

Ther Ríos, F.

2006. Complejidad territorial y sustentabilidad: notas para una epistemología de los estudios territoriales. *Horiz. antropol.*, Porto Alegre, 12 (25): não paginado. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-71832006000100006&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832006000100006&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 12 maio 2013.

UNESCO.

2006. Convenção relativa à proteção do patrimônio mundial, cultural e natural. Em Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. *Coletânea de leis sobre preservação do patrimônio*. Rio de Janeiro.

UNESCO

1999. *Segundo Protocolo de la Convención de La Haya de 1954 para la Protección de los Bienes Culturales en caso de Conflicto Armado*. La Haya, 26 de marzo de 1999. Disponível em: <<http://portal.unesco.org/la/convention.asp?KO=15207&language=S>>. Acesso em: 7 jan. 2014.

UNESCO

1992-2011. *World Heritage List*: natural properties. Disponível em: <<http://whc.unesco.org/en/list/>>. Acesso em: 7 jan. 2014.

UNESCO.

2010. *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*. Paris. Disponível em: <<http://whc.unesco.org/archive/opguide08-en.pdf>>. Acesso em: 7 jan. 2013.

UNESCO

2012. *States Parties*: Ratification Status. Disponível em: <<http://whc.unesco.org/en/statesparties/>>. Acesso em: 23 ago. 2013.

Valverde, R. H. F.

2004. Transformações no conceito de território: competição e mobilidade na cidade. *GEOUSP: Espaço e Tempo*, São Paulo, 15: 119 – 126. Disponível em: <<http://www.geografia.ffch.usp.br/publicacoes/Geousp/Geousp15/Artigo8.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2013.

Velho, G.

2006. Patrimônio, negociação e conflito. *Mana*, 12 (1): 237-248. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/mana/v12n1/a09v12n1.pdf>>. Acesso em: 17 ago. 2013.

## Notas

- <sup>1</sup> Concebido em uma proposta de encontros bianuais, o Congresso Internacional da Biodiversidade do Escudo Guianês (COBEG) teve a segunda edição realizada entre os dias 1 e 4 de agosto de 2010, na cidade de Macapá, Amapá. Por sua vez, a terceira edição ocorreu em 2013, no período de 5 a 8 de agosto, em Paramaribo, Suriname.
- <sup>2</sup> Ao falar em departamento ultramarino (Dom-Tom) faz-se referência à Guiana Francesa, uma coletividade territorial sul-americana integrada à França.
- <sup>3</sup> Neste caso, enquadra-se Alexander von Humboldt, quem indicou Richard Schomburgk ao Instituto Prussiano de História Natural para a missão na Guiana, acompanhado do irmão Robert Schomburgk (Schomburgk, M. R., 1847).
- <sup>4</sup> Segundo Carmo (2003), na América do Sul, a utilização do mercúrio (Hg) na atividade aurífera se dá nos seguintes países: Brasil; Guiana; Guiana Francesa; Colômbia; Venezuela; Bolívia; Equador e Peru. Essa substância química é de alta toxicidade, sendo persistente na atmosfera após o uso por um período de dois anos. Além disso, ao ser lançado nos cursos dos rios, o mercúrio contamina peixes que fazem parte da dieta humana e de muitos animais.
- <sup>5</sup> Conforme definido nessa reunião, constitui patrimônio natural os seguintes bens: “[1] Os monumentos naturais constituídos por formações físicas e biológicas ou por grupos de tais formações com valor universal excepcional do ponto de vista estético ou científico; [2] as formações geológicas e fisiográficas e as zonas estritamente delimitadas que constituem habitat de espécies animais e vegetais ameaçadas, com valor universal excepcional do ponto de vista da ciência ou da conservação; [3] os sítios naturais ou zonas naturais estritamente delimitadas, com valor universal excepcional do ponto de vista da ciência, conservação ou beleza natural” (UNESCO, 2006).
- <sup>6</sup> Os países e o departamento ultramarino pelos quais se estende o Escudo Guianês aderiram à Convenção nas respectivas datas: França/Guiana Francesa, 27/06/1975; Brasil, 01/09/1977; Guiana, 20/06/1977; Colômbia, 24/05/1983; Venezuela, 30/10/1990; e, Suriname, 23/10/1997 (UNESCO, 2012).

- <sup>7</sup> Um protocolo específico para a proteção do patrimônio cultural foi assinado em Haia por 59 países, em 1954, deixando de fora os bens naturais. Mesmo assim, dos países sul-americanos em contato com o Escudo Guianês, apenas Brasil e Colômbia aderiram ao acordo (UNESCO, 1999).
- <sup>8</sup> O Fundo do Patrimônio Mundial é alimentado pela própria UNESCO, pelas contribuições obrigatórias bianuais ou voluntárias dos Estados signatários, por instituições públicas ou privadas e por pessoas físicas. No caso específico dos Estados signatários, as contribuições obrigatórias são de valor uniforme e não podem ultrapassar a 1% da doação que fazem ao orçamento da UNESCO (UNESCO, 2006).
- <sup>9</sup> No Brasil, a Lei nº 9.985, de 18 de julho de 2000, que institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação, define as UC em seu Artigo 2º como “[...] espaço territorial e seus recursos ambientais, incluindo as águas jurisdicionais, com características naturais relevantes, legalmente instituído pelo Poder Público, com objetivos de conservação e limites definidos, sob regime especial de administração, ao qual se aplicam garantias adequadas de proteção [...]” (Brasil, 2000, não paginado). São exemplos de unidades de conservação as estações ecológicas, as reservas biológicas, os parques nacionais, os monumentos naturais e os refúgios de vida silvestre, estes objetos de proteção integral; tem-se, ainda, como exemplo, as áreas de proteção ambiental, as áreas de relevante interesse ecológico, as florestas nacionais, as florestas estaduais, as florestas municipais, as reservas de fauna, as reservas de desenvolvimento sustentável e as reservas particulares do patrimônio natural, a estas permitido o uso, desde que de forma sustentável (Brasil, 2000).

*Recibido:* 08/07/2014  
*Reenviado:* 23/04/2015  
*Aceptado:* 20/02/2016  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*

## Reseña de Publicaciones

### *Pilgrimage and sacred places in southeast Europe.*

M. Katic, T. Klarin & Mike McDonalds (eds). 2014.

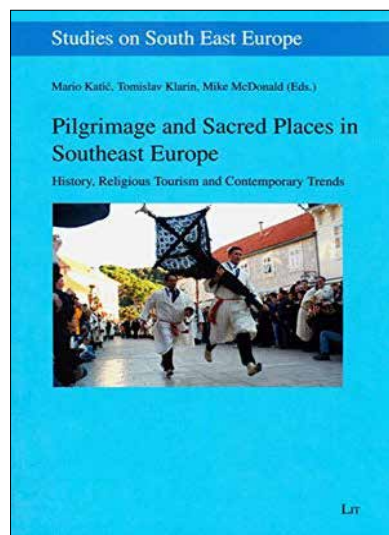
Zurich, Lit Verlag GmbH.

ISBN 978-364390504-8

**Maximiliano E Korstanje\***

University of Palermo Argentina

Religious tourism has posed as one of the main attraction in tourism industry worldwide, however, now we lack of a serious debate respecting to the fact any pilgrimage may be framed inside tourism. This book, which is edited by Katic, Klarin and McDonald, resulted from the event *Pilgrimage and Sacred Places in Central and Eastern Europe, place, politics and religious tourism*. Although pilgrimage is defined as an act of faith, devotion attraction. It is almost impossible to sum the rich argument of this guidebook in almost a book review, then we will discuss the common-thread of all chapters. It is difficult to believe that in a secular world, people are moving by religious purposes. Methodologically, there are a lot of differences between medieval pilgrims as have widely studied by historians, and religious-tourism, as editors add. This is the reason why, a project of this nature is not only necessary but illustrative. The breakthrough in technologies associated to more free time derived in the adoption of new mobile practices, which was adopted by modern parishioners in their pilgrims. As a modern activity, tourism demanded new infrastructure and transportation system, concerning religious tourism. Beyond the time, pilgrims today are not so different than medieval times, and of course, the travellers' motivations are determined by the needs of being out home. An additional problem to the applied research seems to be the conceptual discussion about religion and spirituality. Today, in postmodern times, a whole portion of society consider spiritual though they are not attached to any religion. In the current lines of research, the acceptance of pilgrims as tourists is not widely questioned by the academy. The discussion on all these themes is placed in this book to launch a new conceptual platform in pilgrim-related studies and of course this is the merits readers will find in exploring this trailblazing book. Methodologically, diverse case studies provide with fresh alternative meaning of what is religious tourism, but it represents its main weakness. There is no clear definition, since the number of chapters authored by diverse scholars, how we must consider travellers, tourists and pilgrims. A tourist may visit a sacred temple, without making any sacrifice while religious tourism may be not framed in any religion. Beyond the historical discussion,



\* Ph. D in Social Psychology (University John. F. Kennedy, Argentina). E-mail: mkorst@palermo.edu

to our end, what characterizes tourism is not the quest for authenticity as the specialized literature suggests, but the “curiosity” for something new, instilled by modernity. Here because of time and space, we may not discuss to what extent tourism was present in ancient cultures, but what we have to be clear is that curiosity, as a vital element, is not present in the pilgrimage simply because travellers look for a “redemption”, which is based on gift-exchange nature. In a secular world, the gap between pilgrimage and tourism seems to be enlarged (Korstanje, 2015). Of course, the problem of sacredness has not received the correct attention. Maccannell precluded that sacred places exerted a great degree of attraction in public. Nothing is further from the truth, as Korstanje and George put it. Based on the Falkland’s case, they called the attention to the needs of reconsidering Maccannell’s view because he confuses authenticity with sacredness. This leads us to remind that the term paradise, which remains the archetype of any sacred space, stems from two words, “pairi” (outskirt) and “daeza” (enclosed area). Not surprisingly, the paradise exhibits a far remote area which is accessed only by means of sacrifice and hard-work. This is exactly the point that distinguishes pilgrimage which is marked by the suffering, with hedonist tourism. Another radical difference lies in the fact while pilgrims are subject to diverse risks and threats, tourists travel in atmospheres of “controlled-risk”. One might speculate that sacred spaces are physically and symbolically isolated from the daily life. The arrival of mass-tourism not only is not a valid option but also represents a moral offense to the Gods (Korstanje & George 2012).

What would be more than interesting to discuss is the trends of postmodernity to commoditize real sacred spaces into visual spectacles, subject to an “allegory” which is emptied from its original meaning. This is exactly how ideology works. This begs a more than interesting question, why temples, churches and synagogues receive in these times more tourists than parishioners?, are we prone to the decline of religion?, or simply a fictionalization of daily life?.

## References

- Korstanje M  
2015. “The Anthropology of Dark Tourism”, Working Paper 22 CERS University of Leeds, UK. Available at [http://cers.leeds.ac.uk/files/2015/02/Korstanje\\_CERS\\_15.pdf](http://cers.leeds.ac.uk/files/2015/02/Korstanje_CERS_15.pdf).
- Korstanje, M. E., & George, B. P.  
2012. “Falklands/Malvinas: a re-examination of the relationship between sacralisation and tourism development”. *Current Issues in Tourism*, 15(3), 153-165.
- MacCannell, D.  
1976. *The tourist: A new theory of the leisure class*. Berkeley, University of California Press.

*Recibido:* 30/08/2015  
*Aceptado:* 08/02/2016  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*

## Reseña de Publicaciones

### *Religious Tourism and Pilgrimage Management.*

2nd edition. 2015.

Wallingford, CAB International.

ISBN 978-178064523-0, pp. 342

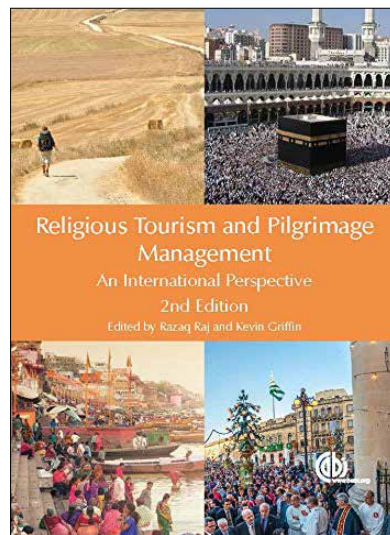
**Maximiliano E Korstanje\***

Universidad de Palermo (Argentina)

En los últimos años, la religión ha estado en la agenda de los medios masivos de comunicación, ya sea como eje central de una serie de conflictos materializados o canalizados por el terrorismo, o como las imposibilidades de una institución medieval cuyos problemas radican en cierta imposibilidad para dar respuestas a las necesidades de sus feligreses. Durante mucho tiempo se pensaba que la industrialización capitalista traería consigo la muerte irreducible de la religión, pero lejos de eso, una mayor cantidad de personas se disponen a viajar a centros de peregrinajes y hacen turismo religioso en todo el mundo. Dean MacCannell enfatizaba en el turismo como una continuación de la religión. Si para el mundo indígena el tótem confiere a la comunidad de cierta protección e identidad, misma función ejerce el turismo en la sociedad moderna. Empero dentro de este esquema, ¿dónde ubicamos al turismo religioso?, ¿es este fenómeno una prueba de descomposición social como anticipaba MacCannell (1976) o una realidad insoslayable que la religión aún juega un rol importante en la sociedad?.

En su nueva edición (segunda) los profesores Razaq Raj & Kevin Griffin ofrecen en *Religious tourism and Pilgrimage Management*, ciertas respuestas a los interrogantes anteriormente formulados. Si bien, los editores reconocen que el turismo y la religiosidad han estado históricamente ligados, no menos cierto es que un debate profundo respecto a sus respectivas naturalezas e intereses se torna cada vez más necesario. En un sentido, mientras el turista se mueve por curiosidad, el peregrino parte de una carencia que intenta llenar. Por el pronto, dicha incongruencia ha sido clave en la tensión que se observa en ciertos destinos internacionales respecto a los visitantes motivados por cuestiones de fe de aquellos que buscan consumir cultura.

La primera sección del trabajo apunta a 6 capítulos conceptuales en donde se discute al turismo religioso desde un lineamiento amplio. Si bien lo sagrado confiere un aura de excepcionalidad al lugar visitado, turismo y religiosidad comparten la necesidad de una experiencia la cual comercializada o no puede ser ofrecida para la promoción del lugar. Por ende, se da una suerte de “globalización del los espacios” que merece ser estudiado. En este intercambio de experiencias, el terrorismo, sin lugar a



\* Universidad de Palermo, Argentina; CERS, Universidad de Leeds, Reino Unido. E-mail: mkorst@palermo.edu

dudas, representa no solo una amenaza para el turismo religioso sino para la industria en sí. El acto de viajar requiere de cierta infraestructura para la concreción del mismo además de la confianza necesaria para que el huésped sea protegido por el anfitrión. Precisamente, es sobre este mensaje dialéctico que opera el terrorismo. La vulnerabilidad de los extranjeros afecta la legitimidad de los estados que deben protegerlos. Aun cuando el fenómeno de la violencia contra los peregrinos no es nuevo implica un mensaje para los estados nacionales y para otros viajeros que puede afectar la atraktividad del sitio.

En la segunda sección, los editores exploran el complejo mundo de la experiencia psicológica del peregrinaje. Comprender el fenómeno desde la plasticidad de la experiencia es clave para construir un modelo sobre los diferentes productos, sus opciones, limitaciones y las expectativas que generan. El consumidor define sus actos de compra en base a la “expectativa” que espera del producto. Estos imaginarios encarnan diversas motivaciones pero pueden agruparse en dos grandes grupos. Aquellas teorías asociadas al contenido o a los procesos. Las primeras buscan comprender la motivación de acuerdo a los factores exógenos que producen motivación en el consumidor. La tesis de Abraham Maslow o los factores de Herzberg son algunas de este subtipo o familia de teorías. En segundo lugar, las teorías procesuales intentan explicar la motivación por medio de la interacción de variables en contextos complejos, a la vez que delinear el grado de influencia que mantiene el sujeto a esta interacción.

El tercer apartado contiene una serie de capítulos empíricos que dotan al lector de casos prácticos sobre turismo religioso en todo el mundo. Esta sección, en lo particular, además de descriptiva es rica en contenido para estudiantes o profesionales del sector. Desde lo conceptual hacia lo empírico, el libro reseñado ofrece un argumento consolidado que intenta abordar tres ejes centrales del turismo religioso, la atraktividad del sitio por medio del binomio sagrado-profano, la interacción de la experiencia con esa idea de sacralidad y las diferentes expresiones de peregrinaje que se practican en el mundo. Sin lugar a dudas, los esfuerzos de los profesores Raj y Griffin han dado como fruto una extensa obra que los consolida a ambos como especialistas mundiales de renombre respecto al *turismo religioso*.

Cabe aclarar que en tanto que ritual de pasaje que produce un quiebre identitario, el turismo y la religión se encuentran estrechamente unidos (Korstanje 2009; Cardona, Criado, Cantallops 2015). La misma idea de carga y reparación se encuentra presente en los textos bíblicos originales. En trabajos anteriores, Korstanje & Busby han discutido extensamente que el turismo, como ritual, intenta “recuperar ese paraíso perdido” del cual nos hablan los textos sagrados. La idea misma de pecado y perdón intenta emular la lógica del trabajo y del ocio. Al punto en el cual, el pecado es comprendido como una carga es que el perdón sugiere un alivio. De la misma manera, trabajamos sujetos a la regla social para luego lanzarnos a la indisciplina –codificada- que nos ofrece el ocio. Si prestamos atención a los elementos de la naturaleza que se encuentran en la mayoría de los rituales de pasaje, agua y fuego, ambos se transmutan en forma de sol y mar como requisitos fundamentales para los turistas que disfrutan en sus vacaciones (Korstanje & Busby 2010). Tal vez por la importancia antropológica que tiene el turismo (como el ocio) para la sociedad moderna (MacCannell 1976), es que se haya transformado en el objetivo central del terrorismo internacional.

## Referencias

- Cardona, J. R., Criado, M. D. C. A., Cantallops, A. S., 2015. “El Mito del Paraíso perdido en la definición del destino turístico”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(3), 697-717.
- Korstanje, M. 2009. Interpretando el Génesis del Descanso: una aproximación a los mitos y rituales del turismo. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(1), 99-113.
- Korstanje, M., & Busby, G. 2010. “Understanding the Bible as the roots of physical displacement: the origin of tourism”. *E-Review of Tourism Research*, 8(3), 95-111.
- MacCannell, D. 1976. *The tourist: A new theory of the leisure class*. Berkeley, University of California Press.

*Recibido:* 30/11/2015  
*Reenviado:* 21/01/2016  
*Aceptado:* 20/02/2016  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*

**Página Web:**  
[www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org)

**Correo electrónico:**  
[info@pasosonline.org](mailto:info@pasosonline.org)

**Correo postal**  
P.O. Box 33  
38360 El Sauzal (Tenerife) España



Universidad  
de La Laguna  
Instituto Universitario de Ciencias  
Políticas y Sociales



INSTITUTO  
UNIVERSITÁRIO  
DA MAIA ISMAI



CEDTUR

