

PASOS

Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

Volumen 9, Número 4, 2011

ISSN 1695-7121



COMITÉ EDITORIAL

DIRECTOR: Agustín Santana Talavera

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

Editor adjunto: Eduardo Parra López

Dpto. Economía y Dir. Empresas
Universidad de La Laguna
E-mail: eparra@ull.es

Coordinador Book Review: Raúl Hernández Martín

Dpto. Economía Aplicada
Universidad de La Laguna
E-mail: rahernan@ull.es

Coordinador Book Review: Luisa Andreu Simó

Dpto. Comercialización e Investigación de Mercados
Universidad de Valencia (España)
E-mail: Luisa.Andreu@uv.es

CONSEJO CIENTÍFICO ASESOR

Alenka Verbole. Education development coordinator
(OSCE)

Alessandro Simonicca. Univ. "La Sapienza" di Roma (Italia)

Álvaro López Gallero. Univ. de la República (Uruguay)

Anya Diekmann. Univ. Libre de Bruxelles (Bélgica)

Artur Cristovao. Univ. de Trás-os-Montes e Alto Douro
(Portugal)

Aurora Pedro Bueno. Univ. de Valencia (España)

Christou Evangelos. Aegen Univ. (Grecia)

Dallen J. Timothy. Brigham Young Univ. (USA)

Daniel Hiernaux. Univ. Autónoma Metropolitana (México)

Davis Gruber Sansolo. Univ. Anhembi-Morumbi (Brasil)

Diego Medina Muñoz. Univ. de Las Palmas de Gran Canaria
(España)

Dimitrios Buhalis. Univ. of Bournemouth (Inglaterra)

Elizabeth Tamanini. Uniplac/SC (Brasil)

Elisabeth Kastenholz. Univ. de Aveiro (Portugal)

Emilio Romero Macías. Univ. de Huelva (España)

Enrique Bigne Alcañiz. Univ. de Valencia (España)

Francisco Calero García. Univ. La Laguna (España)

Gemma McGrath. Univ. of the Arts London (Inglaterra)

Juan Ramón Oreja Rodríguez. Univ. La Laguna (España)

Julio Grande. Asesor de Proyectos, Sepinum (España)

Llorenç Prats i Canalls. Univ. de Barcelona (España)

Margaret Hart Univ. de Las Palmas de Gran Canaria (España)

Vocal: José Pascual Fernández

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

Vocal: Alejandro Alvarado Herrera

Universidad de Quintana Roo (México)
E-mail: aah@uqroo.mx

Secretaría: Alberto Jonay Rodríguez Darías

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

EDICIÓN: Varadero Informática

Margarita Barretto. Fundação Universidade Regional de
Blumenau (Brasil)

María D. Álvarez. Bogazici University (Turquía)

Marianna Sigalas. Aegen Univ. (Grecia)

Michael Riley. Univ. of Surrey (Inglaterra)

Raoul Bianchi. Univ. of East London (Reino Unido)

Regina Schlüter. Centro de Investigaciones y Estudios Turís-
ticos (Argentina)

Richard W. Butler. Univ. of Strathclyde (Escocia)

Rosana Guevara Ramos. Univ. Autónoma Metropolitana
(México)

Thomas George Baum. Univ. of Strathclyde (Escocia)

Vicente Monfort Mir. Univ. Jaume I (España)

Yolanda Bethencourt. Univ. de La Laguna (España)

Detalles de filiación institucional en 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

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 transdisciplinaria 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: ENERO; ABRIL; OCTUBRE

Estilo: 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 remitidos a la dirección electrónica info@pasosonline.org indicando en el **Asunto** (al remitir el correo): PARA PUBLICACIÓN

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 y datos del autor o autores: El trabajo debe ir encabezado por su título en minúsculas y negrita. Bajo él se insertará el nombre del autor o autores, indicando su centro de estudio (universidad, departamento, etc.), empresa o administración, además de la especialidad y el correo electrónico de contacto. Si se desea pueden ofrecerse más datos biográficos en una nota, no sobrepasando las 60 palabras

Resumen: se debe insertar un resumen del artículo (110 – 120 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.

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, Datos Biográficos de los autores, Resumen, 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 texto 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.

Abreviaciones 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: 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.

Trabajos sometidos a evaluación por pares anónimos externos a la revista. Se notificará a los autores el resultado de la revisión realizada mediante una ficha resumen del arbitrio.

PASOS. Revista de Turismo e Patrimônio Cultural é uma publicação eletrônica especializada na análise acadêmica e corporativa dos distintos processos relacionados ao sistema turístico, com interesse especial pelos usos da cultura, natureza e território, a gente, os povos e seus espaços, é dizer, o patrimônio integral. A partir de uma perspectiva inter e transdisciplinar, PASOS solicita e encoraja o envio de escritos vindos das ciências e da prática administrativo-empresarial. Seu objetivo é cumprir o papel de fórum de debates de metodologias e teorias, além da divulgação de estudos e experiências. PASOS pretende contribuir, juntamente com esforços oriundos de outras áreas, para a compreensão do turismo e avançar sobre as diversas formas de prevenção de efeitos não desejados, bem como aperfeiçoar-se à medida em que o turismo sirva de complemento à melhoria da qualidade de vida dos residentes nas áreas de destino turístico.

PERIODICIDADE: JANEIRO; ABRIL; OUTUBRO

Estilo: Para simplificar o processo de revisão e publicação pede-se aos colaboradores que seus textos se ajustem estritamente às normas editoriais indicadas em seguida.

Entrega de originais: os trabalhos deverão ser enviados para a direção eletrônica info@pasosonline.org indicando "PARA PUBLICAÇÃO" no espaço Assunto do correio eletrônico.

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

Margens: Três centímetros em todos os lados da página.

Tipografia: Deve-se utilizar no texto as fontes Times New Roman, Arial tamanho 10 ou similar. As notas devem apresentar o mesmo tipo de letra, no tamanho 9. Não utilizar fontes nem tamanhos distintos no texto. Caso pretenda destacar alguma palavra ou parágrafo utilize a mesma fonte em cursiva.

Notas: Sempre deverão vir ao final do texto, utilizando o mesmo tipo de letra deste (Times New Roman ou Arial), no tamanho 9.

Título e dados do autor ou autores: O título do trabalho deverá ser redigido em letras minúsculas e em negrito. O nome do autor ou autores seguirá logo abaixo, indicando a instituição de origem (universidade, departamento, empresa, etc.), a especialidade e o correio eletrônico para contato. Pode-se inserir dados biográficos adicionais em uma nota desde que esta não ultrapasse 60 palavras.

Resumo: O artigo deve vir acompanhado de um resumo no idioma em que está escrito (110 – 120 palavras) e sua tradução em inglês (resumo e título). Para os artigos escritos em inglês deve-se acrescentar um resumo em espanhol.

Palavras-chave: o texto deve conter entre 5 e 7 palavras-chave sobre o tema principal.

Texto: O texto deve ser escrito com entrelinhas 1,5 e com uma extensão entre 5.000 e 9.000 palavras para artigos e de 3.000 a 5.000 tanto para opiniões e ensaios como para notas de investigação. Os artigos devem conter título, dados biográficos dos autores, resumo, introdução, as divisões internas que se julguem necessárias, conclusão, agradecimentos (se pertinente) e referências.

Quadros, Gráficos e Imagens: Os artigos podem conter quaisquer imagens que se façam necessárias. Elas deverão estar referidas no texto e/ou situadas convenientemente e acompanhadas por uma identificação. Pode-se utilizar imagens coloridas, embora se deva avaliar a possibilidade de utilizá-la em formato papel, em branco e preto.

Abreviações e acrônimos: Deverão ser definidos claramente no seu primeiro uso no texto.

Citações e Referência: No texto as referências bibliográficas devem apontar o autor e o ano de publicação da obra citada. Por exemplo: (Smith, 2001) ou (Nash, 1990; Smith, 2001). Caso seja necessária uma citação mais precisa se indicará o número de página (Smith, 2001: 34). A lista bibliográfica ao final do texto seguirá em ordem alfabética de autores, de acordo com o seguinte 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 outros tipos de publicações deve-se indicar autor, ano, título e local de realização ou publicação. Para documentos eletrônicos, deve haver um padrão, indicando endereço e data de acesso.

Originalidade: Solicita-se o compromisso dos autores quanto à originalidade de trabalho submetido à publicação e quanto ao não envio de seu texto para outros periódicos ou outros meios enquanto este estiver sob avaliação em PASOS.

Direitos autorais e Responsabilidade: os autores são os únicos responsáveis pelas afirmações e declarações contidas em seu texto. A equipe editorial de PASOS se reserva ao direito de utilizar os artigos já editados em compilações posteriores.

Trabalhos submetidos a avaliação por pares anônimos externos à revista. Os autores serão notificados sobre o resultado da avaliação de seu texto mediante uma ficha-resumo do avaliador.

Pasos. Journal of Tourism and Cultural Heritage is an internet publication dedicated to the academic and management-based analysis of the diverse processes inscribed within the tourist system, with a particular emphasis on the uses of culture, the environment and territory, people, communities and spaces, integral heritage. It encourages articles from inter and trans-disciplinary perspectives, from both scientific and management points of view. Its objective is to provide a forum for the discussion of methodologies and theories as well as the presentation of case studies and the results of empirical research. It hopes to contribute to ongoing debates surrounding attempts to comprehend the phenomenon of tourism and to develop diverse approaches to the prevention of the undesirable consequences of tourism as well as enhance the quality of life of the residents of tourist destinations.

Frequency: January; April; October

STYLE: In order to simplify the process of editing and publication contributors are requested to comply with the following editorial guidelines:

Submission of original manuscripts: papers should be sent to the following email address: revista.pasos@canarias.org inserting FOR PUBLICATION in the 'Subject' box.

Language: Articles will be published in the language in which they are submitted.

Margins: 3 centimetres on all sides.

Font: Times New Roman or Arial, in 10-point or similar. The same font should be used in the footnotes, but in 9-point. There should be no variation in fonts or text size throughout the text. Highlighted paragraphs or words should be indicated in *italics*.

Notes: These should always be placed at the end of the article and written in the same font as the main body (Times New Roman or Arial) in 9-point.

Title and author note(s): The title of the article should be written in lower case and highlighted in bold, at the top of the first page. This should be accompanied by the author(s) full name(s) and title(s), indicating clearly their institutional affiliation, specialism and email address. If it is desired, further biographic details may be inserted in a separate note, not exceeding 60 words.

Abstract: An abstract must be included (max. 110-120 words) in the same language as the main article. This should be accompanied by a translation in English, or, Spanish, if the language of the article is English.

Key words: A list of 5 – 7 key words should be provided, which relate to the principal themes in the article.

Text: Articles should be typed, 1.5 spaces apart, exceeding no more than 9,000 words (max. 35 pages), including the title, biographic information, abstract, introduction, relevant appendices, conclusion, acknowledgements (if relevant) and bibliography.

Tables, Diagrams and Figures: These can be included in the article where necessary. They should be referenced in the main text and/or situated where convenient and accompanied by an explanatory sub-heading. Colour graphics can be used.

Abbreviations and Acronyms: These should be spelt out in full and clearly defined where they initially appear in the text.

References and Bibliography: The standard Harvard system should be used, indicating the author and date of publication of the relevant work. For example: (Smith, 2001) or (Nash, 1990; Smith 2001). Where it is necessary to include a more precise citation the page number should be included (Smith, 2001: 34). The bibliography should be in alphabetical order at the end of the article, and written in the following format:

Smith, Valene L. and Brent, Mary-Ann
2001 "Introduction to hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century". In Smith, Valene L. & Brent, Mary-Ann (Eds.), *Hosts and guests revisited: Tourism issues in the 21st century* (pp. 1-14). New York: Cognizant Communications.

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

For other kinds of publications, the name of the author, date of publication, title and place of publication/conference title, should be stated.

Rights and Obligations of the Author: The authors are entirely responsible for the content of the article. The editors reserve the right to re-print articles which appear, in subsequent collections.

All papers are subject to external and anonymous evaluation, the results of which shall be communicated to author(s), so that they heed observations and recommendations.

Índice

Artículos

| | | |
|--|---|-----|
| Rocío González Sánchez | La innovación abierta en las empresas turísticas extremeñas como herramienta de entrada en el turismo de negocios | 489 |
| Emilio Romero Macías Vicente Romero Macías Alfonso Vargas Sánchez | El turismo rural y el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche de la provincia de Huelva (España): una visión de futuro | 503 |
| Juan Antonio Aguirre Gonzalez | Turismo, información, cambio climático: El caso del Parque Nacional Volcan Poas, Costa Rica | 519 |
| Águeda Esteban Talaya Carlota Lorenzo Romero María Encarnación Andrés Martínez María del Carmen Alarcón del Amo | ¿Conocemos a los visitantes de Castilla-La Mancha? Un análisis comparativo turistas vs. excursionistas | 531 |
| Kattia Vasconcelos-Vasquez Francisco Balbastre-Benavent Ana Maria Redondo-Cano | Is certification for sustainable tourism complementary to ISO 9000 certification? The case of the Parque del Lago Hotel in Costa Rica | 543 |
| Luciano Zanetti Pessôa Candiottto | Implicações do turismo no espaço rural e em estabelecimentos da agricultura familiar | 559 |
| Djaneide Silva Argolo Natanael Reis Bomfim | Pescadores, cabaneiros e feirantes: novas percepções sobre a atividade turística na Baía de Camamu | 573 |
| Raúl Valdez Muñoz | Los Vestigios Prehispánicos del Ex Bosque de Manzanilla en Puebla, México. De yacimiento arqueológico a producto turístico | 585 |
| Gema Lugo Espinosa María del Pilar Alberti Manzanares Oscar Luis Figueroa Rodríguez Daniel Talavera Magaña Juan Carlos Monterrubio Cordero | Patrimonio cultural y género como estrategia de desarrollo en Tepetlaoxtoc, Estado de México | 599 |
| Milton Augusto Pasquotto Dyego de Oliveira Arruda | A economia solidária como elemento fomentador do desenvolvimento local de Corumbá/MS/Brasil face à inserção dos pescadores artesanais na atividade do turismo | 613 |

Índice (cont.)

Artículos

| | | |
|--|--|-----|
| Emanoelle Nazareth Fogaça Marcos Berenice Giehl Zanetti von Dentz | Reconhecimento da identidade gastronômica dos imigrantes alemães no município de Águas Mornas – Santa Catarina: bases para o fortalecimento do turismo local | 623 |
| Karoliny Diniz Carvalho Maria de Lourdes Netto Simões | Reinterpretando o acervo arquitetônico do bairro da Praia Grande através dos lugares de memoria | 633 |
| Manuela de Oliveira Botrel Priscila Gomes de Araújo José Roberto Pereira | Gestão social de bens culturais no Brasil: desafios e perspectivas | 647 |
| Jean Max Tavares Jonas Antônio Vieira Junior Jordânia Regina Mariano Batista | Circuito turístico Montanhas Mágicas da Mantiqueira (Minas Gerais - Brasil): uma análise multidimensional | 661 |

Notas de investigación

| | | |
|--|--|-----|
| Susan Solís Alonso Rodríguez Chaves | Ruta del 48: proyecto turístico etnocultural en la Cuenca alta del Río Candelaria-Costa Rica | 671 |
| Marco Antonio Serrato García Víctor Manuel Rayas Carbajal Román Tomás Murillo José Ángel Díaz Rebolledo | La cultura gastronómica p'urhépecha como un gran activo turístico en Michoacán | 681 |

Reseña de publicaciones

| | | |
|--------------------------|---|-----|
| David Fornons Fontdevila | Turismo del vino: análisis de casos internacionales (F. Xavier Medina ,Damià Serrano y Jordi Tresserras (eds.)) | 691 |
| Emilio Barco Royo | El paisaje del viñedo. Una mirada desde la antropología (Luis Vicente Elías Pastor) | 693 |

La innovación abierta en las empresas turísticas extremeñas como herramienta de entrada en el turismo de negocios

Rocío González Sánchezⁱ

Universidad Rey Juan Carlos (España)

Resumen: Una de las claves para el impulso del desarrollo de actividades turísticas en ciertas regiones es la articulación de estrategias comunes en el campo del conocimiento y la innovación tecnológica, que permitan aprovechar los recursos propios de dichas regiones. El modelo de innovación abierta supone un camino alternativo y/o complementario a la gestión del conocimiento en sus distintas etapas, cuestionado la validez de algunas de las estrategias y procesos imperantes en innovación tecnológica. Las fuentes de ideas externas para este modelo abierto son diversas, desde clientes, proveedores o socios en una joint-venture, hasta universidades o centros de investigación. Estas nuevas comunidades de innovación representan un nuevo contexto social en el que generar innovaciones y conocimiento. Este estudio evalúa la utilidad de la aplicación de la innovación abierta en los procesos y toma de decisiones de las empresas turísticas extremeñas, como herramienta facilitadora en la entrada en el mercado del turismo de negocios, congresos e incentivos.

Palabras clave: Innovación abierta; Colaboración por localización; Gestión del capital intelectual; Turismo de negocios

Title: Open innovation in Extremadura's tourism enterprises as a tool to enter the business tourism

Abstract: A key role for the development of tourism activities in some regions is the articulation of common strategies in the field of knowledge and technological innovation to harness the resources of these regions. The model of open innovation represents an alternative/complementary path for knowledge management and the proposal of new strategies in the development of projects in different areas. The sources for external ideas for this open model are diverse, ranging from clients, suppliers or partners in a joint venture, to universities or research centres. This paper evaluates the usefulness of the application of open innovation in the processes and decision-making of Extremadura's tourism enterprises as a tool to facilitate entry into the new market of business, meetings, and incentives tourism.

Keywords: Open innovation; Collaboration by location; Intellectual capital management; Business tourism

ⁱ Departamento de Economía de la Empresa (Administración, Dirección y Organización). Universidad Rey Juan Carlos (Madrid) España. E-mail: rocio.gonzalez@urjc.es

*Deber de un anfitrión es agasajar a las visitas,
permitir que éstas se sientan como en su casa,
una casa en perpetua jornada de puertas abiertas.*

*José Ángel Calle Gragera
Alcalde de Mérida*

Introducción

Utilizando la visión de Sáez (2006:23) definimos el turismo como “una actividad cultural emergente y un producto de modernidad”. Dentro de las características que le son propias podemos destacar la naturaleza diversa, una estructura compleja y un dinamismo evolutivo (Pulido, 2008). De este dinamismo evolutivo se deriva el papel fundamental que juega la innovación en el sector turístico (Monfort et al, 1996). La innovación ha sido el origen de transformaciones de carácter, no sólo general, sino también estructural, lo que nos obliga analizar estas nuevas circunstancias tanto desde el lado de la oferta como de la demanda (Medina y González, 2010).

El modelo tradicional de innovación supone una perspectiva cerrada y lineal de generación, desarrollo y comercialización de las propias ideas (De Jong et al., 2008). El modelo de innovación abierta supone un camino alternativo y/o complementario a la gestión del conocimiento y la propuesta de nuevas estrategias en el desarrollo de proyectos en distintos ámbitos. Este nuevo marco asume que “las empresas pueden y deben usar tanto ideas internas como externas, y vías internas y externas para comercializarlas, cuando la empresa pretende desarrollar su tecnología” (Chesbrough, 2006: 1). A través de la innovación abierta, por un lado, se acelera la innovación interna y, por el otro, se facilita la entrada en nuevos mercados por el uso externo de la innovación (Chesbrough, 2006; De Jong, et al., 2008).

Las fuentes de las ideas externas para este modelo abierto son diversas, desde clientes, proveedores o socios en una *joint-venture*, hasta universidades o centros de investigación (Laureen y Salter, 2006; Minshall et al., 2007; Piller y Walcher, 2006). En el sector turístico, cabe destacar la importancia que la administración puede jugar en este fomento de ideas y en el apoyo en el procedimiento de colaboración, para que, de esta manera, disminuya las probabilidades de fracaso.

El turismo de negocios o congresos está experimentado un crecimiento acelerado. Este tipo de turismo comprende las actividades de esparcimiento realizadas paralelamente al viaje de negocios. Los congresos se han revelado como uno de los principales mercados de futuro en la Comunidad Extremeña. En general, este tipo de turismo permite alcanzar una mayor desesta-

cionalización, disminuir la desmasificación en aquellas zonas turísticas que la sufren (Binimelis Sebastian y Ordinas Garau, 2003). Además, el turista de negocios proporciona un elevado gasto medio y un mayor índice de pernoctación, por lo que debido a estas últimas características, lograr atraer a este tipo de cliente supone un enorme potencial para los destinos de la región extremeña.

Este estudio evalúa la utilidad de la aplicación de la innovación abierta en procesos y toma de decisiones de las empresas turísticas extremeñas como herramienta facilitadora en la entrada y posicionamiento en el mercado del turismo de negocios, congresos e incentivos. A partir de la revisión de diferentes estudios sobre innovación abierta, gestión del turismo de negocios y congresos y del modelo de capital intelectual –relacionado con la gestión de conocimiento– (Chesbrough, 2003; De Jong et al., 2008), se ha considerado conveniente la agrupación de las variables a estudiar en torno a los tres tipos de capital intelectual: a) capital humano, b) capital estructural y c) capital relacional.

Dentro de cada una de estos tres tipos de capital intelectual, se considerarán las variables más significativas relacionadas con la gestión del conocimiento. Cabe destacar el importante papel que desempeña el liderazgo dentro del capital humano, ya que son numerosos los trabajos que consideran que es uno de los pilares básicos en el éxito en la gestión del conocimiento y de la innovación (Bartol et al., 2006; Gumusluoglu e Ilsev, 2007).

Así, tras la descripción de los conceptos de turismo de negocios y congresos –tanto a nivel general como específico a la comunidad extremeña–, la innovación abierta y la justificación de abordar su análisis desde el enfoque del capital intelectual, se presenta el modelo general, que recoge un conjunto de proposiciones acerca de la influencia de cada una de las variables estudiadas en la gestión del conocimiento. Tras ello, se presentan las principales conclusiones y una serie de recomendaciones que pueden servir de apoyo al sector empresarial turístico para el desarrollo de estrategias que permitan optimizar el trabajo en el nuevo marco de innovación abierta. Finalizando con las líneas futuras de investigación.

Características del turismo de negocios y congresos: desafíos ante un nuevo entorno

El segmento de los viajes de negocios ha sido, tradicionalmente, uno de los más rentables y dinámicos del sector del turismo. En España, su desarrollo se inicia en los años sesenta, asociado a un turismo de playa y coincidiendo con la temporada baja del turismo convencional (Binimelis Sebastian y Ordinas Garau, 2003). Sin

embargo, actualmente aún posee un gran potencial de crecimiento y se relaciona con un turismo cultural. La Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, (ICCA) sitúa a España en 2009 en el tercer lugar del ranking mundial que anualmente establece de los países con mayor número de congresos –con más de 50 participantes pertenecientes a más de tres países, con un mínimo de dos pernoctaciones y solo aquellos cuya sede es rotativa entre diferentes ciudades– celebrados en su territorio (Convention 2020).

Este turismo comprende las actividades de esparcimiento realizadas paralelamente al viaje de negocios, tanto en un nivel individual como grupal. En el caso del turismo de negocios individual, una persona que se desplaza y visita un destino turístico específico en función de las actividades laborales y profesionales que desarrolla. Por otro lado, el turismo de negocio grupal se selecciona un destino turístico donde realizar un congreso, convención o viaje de incentivos, siempre y cuando cumpla con los requisitos para su organización. Los congresos son promovidos por diferentes entidades –colegios profesionales, universidades, asociaciones, sociedades, etc., – y agrupa individuos con intereses comunes que se reúnen para intercambiar información e ideas. Respecto a las convenciones se promueven por empresas privadas o corporaciones, normalmente con una fuerte relación con el marketing y las ventas. Por último, los viajes de incentivos constituyen un segmento diferenciado dentro del turismo de negocio grupal, ya que consiste en una estrategia de motivación de las empresas hacia sus trabajadores y se ve muy afectado por la situación financiera de las empresas y por el contexto económico en el que están inmersas (Salinas Novella, 1998). El presente trabajo centra su objeto de estudio en el turismo de negocio grupal, ya que permite la elección del destino turístico, mientras que en el individual la elección viene dada por las actividades a desarrollar.

El sector, en general, y el de turismo de negocios en particular, están inmersos en proceso de cambios externos e internos, que deben ser analizados y considerados tanto por los empresarios del sector como por los potenciales entrantes. Por un lado, respecto a los cambios externos, cabe destacar la popularización de Internet y la importancia de la actual crisis económica mundial. Por otro lado, de forma interna, el sector está condicionado por la aparición del fenómeno “bajo coste” y la bajada de las comisiones aéreas (García, 2009). En la situación actual, los clientes del turismo de negocios demandan una adecuada relación calidad-precio al disponer ellos de menores recursos. Con el fin de ofrecer una gestión eficiente a sus clientes las empresas pertenecientes al sector han incorporado una serie de herramientas de

gestión al servicio que ofrecen.

El impacto de las nuevas tecnologías en el sector es muy elevado. Entre las herramientas imprescindibles cabe destacar las denominadas self booking tools, que permiten la autoreserva. Sin embargo, la gestión eficiente del viaje de empresa no debe basarse sólo en el logro de la mejor tarifa. Se debe también innovar en los informes de gestión, que permiten mejorar la información sobre las operaciones anteriores y posteriores al viaje. Finalmente, lograr el desarrollo de instrumentos que faciliten el seguimiento de los viajeros es un aspecto muy valorado por las empresas clientes, que aprecian el hecho de poder localizar a sus trabajadores en cualquier momento y saber su situación en el menor tiempo posible (García, 2009). Las empresas que deseen entrar en este segmento deberán hacer una importante inversión en tecnología si no poseen los recursos tangibles e intangibles y los desarrollos necesarios.

La participación de las distintas administraciones públicas es fundamental en el establecimiento de este tipo de turismo en las distintas Comunidades Autónomas (Binimelis Sebastian y Ordinas Garau, 2003). Sin embargo, aunque la colaboración de las instituciones públicas es necesaria, y aún insuficiente, debe ser completada con la creación de un marco de actuación estratégico común para las distintas organizaciones implicadas, al que pretende contribuir este trabajo.

La entrada en un mercado tan competitivo como el del turismo de negocios exigirá a las empresas de la región una optimización de la gestión del conocimiento y la innovación y, al mismo tiempo, una mejora en las curvas de aprendizaje. Si este aprendizaje se realiza de forma colectiva por parte de las organizaciones será fuente de ventajas competitivas y de sinergias, ya que se permitirá el acceso a recursos escasos de una manera más eficiente (Morcillo et al., 2001). De esta forma, se lograría un ahorro de costes sin que suponga un colapso o paralización de las actividades de expansión. Se requiere, por tanto, una ruptura de los paradigmas de gestión empresarial y de la innovación, que pudieron funcionar en otros entornos, pero que en el actual adolecen de las características necesarias para enfrentarse a uno de los sectores más dinámicos (Benavides, 2008). Un modelo de desarrollo endógeno permitiría explotar al máximo el conjunto de recursos que constituyen su potencial de crecimiento (Merinero, 2008).

El turismo de negocio en la Comunidad de Extremadura

El turismo que se desarrolla en Extremadura pertenece al denominado turismo de interior, que es común en su estructura al del resto de las Comunidades Autó-

nomas españolas sin costas. Se caracteriza por una baja ocupación media y por un número de visitantes poco importante si lo comparamos con la modalidad turística de costa. Tradicionalmente, en Extremadura existía una baja cobertura en la oferta hotelera, debido a la falta de un flujo importante de turistas (Sánchez Martín, 1998). Sin embargo, en los últimos años se ha incrementado de forma importante el número y tipos de plazas hoteleras tanto en aquellas correspondientes a establecimientos hoteleros como en las ofertadas por establecimientos extrahoteleros, por ejemplo alojamientos turísticos (Sánchez Rivero, 2008). Existe una distribución de las plazas bastante heterogénea en el territorio regional debido básicamente a los distintos recursos turísticos que se ofertan, concentradas en los municipios con más población de la región, siendo estos los mejor comunicados o en los espacios con recursos medioambientales más atractivos (Sánchez Martín, 1998).

Como apoyo fundamental a este desarrollo turístico en el que está inmersa la Comunidad Extremeña, los congresos se han revelado como uno de sus principales motores. Como característica distintiva en la oferta del turismo de negocios y congresos, esta tierra transfronteriza apuesta por la combinación del legado histórico-artístico, que se remonta al millón de años de antigüedad, con un destino contemporáneo, actualmente provista de modernas infraestructuras.

La apuesta de la Comunidad Autónoma de Extremadura por el turismo de negocios y congresos se apoya en tres pilares fundamentales: 1) la mejora de las infraestructuras, 2) el incremento de plazas hoteleras de cuatro y cinco estrellas y 3) las nuevas tecnologías y el impulso de I+D+i.

Respecto a la mejora de las infraestructuras cabe destacar el desarrollo de autovías – principalmente la Autovía de la plata (conexión norte-sur) y la Autovía de Extremadura (conexión Madrid-Badajoz)–, y el nuevo trazado del AVE (tren de alta velocidad español).

Además, Extremadura está invirtiendo en la construcción de nuevos palacios de congresos, gestionados por la Empresa Pública Gebidexsa de la Consejería de Cultura y Turismo, y en nuevas instalaciones con importantes dotaciones. GEBIDEXSA, Sociedad de Gestión Pública de Extremadura S.A., constituida en noviembre de 2005, gestiona bienes patrimoniales de Extremadura. En la actualidad además de la gestión de los Palacios de Congresos de Extremadura ubicados en Mérida y Badajoz, se encarga de los Campings de Gata y Monesterio, la Casa Rural Los Montes en Helechosa de los Montes y las Hospederías de Alcántara, Monfragüe y Llerena. A la oferta extremeña de los palacios de congresos y exposiciones de Mérida y Badajoz, se suman

el de Trujillo y el complejo San Francisco de Cáceres y los de próxima construcción en Cáceres y Plasencia (TourExtremadura, 2007).

En segundo lugar, el incremento de plazas hoteleras ha permitido superar las 13.000 plazas hoteleras. Abarca 33 hoteles de cuatro estrellas con una oferta de 4.246 plazas, los 5 hoteles de 5 estrellas con 344 plazas y los 7 paradores de cuatro estrellas con 743 plazas (Junta de Extremadura, 2010).

En último lugar, y no por ello menos importante, se está apostando por las nuevas tecnologías y por el desarrollo en I+D+I. y en la utilización de nuevas herramientas de promoción del turismo de la

Comunidad, entre ellas un Manual de Congresos – impreso y on line–, una nueva página web – www.turismoextremadura.com–, y la puesta en marcha de una plataforma de comercialización.

El cambio de las necesidades del turista de negocios y congresos, que busca vivencias cercanas al lugar de celebración de su congreso y completen las actividades profesionales, se satisface con un importante legado histórico-artístico. Badajoz, Cáceres y Mérida son las ciudades de mayor tamaño de esta comunidad autónoma y las que ofrecen una mayor variedad de servicios. Como ejemplos, destaca la ciudad vieja de Cáceres, el conjunto arqueológico de Mérida, el Real Monasterio de Santa María de Guadalupe y el Puente de Alcántara. Extremadura ofrece una amplia red de balnearios y una excelente gastronomía (Sánchez Martín, 1998). Destacar los productos de reconocido prestigio internacional como son la Torta del Casar, las Cerezas del Jerte o el Jamón Dehesa de Extremadura. La Junta de Extremadura hace especial hincapié en las actividades deportivas, entre las que se engloban actividades tradicionales como son la Caza y la Pesca y actividades de nueva práctica como los deportes de riesgo o el golf (Junta de Extremadura, 2010).

La innovación abierta en el sector turístico de negocios y su aplicación a las redes cooperativas por localización

Los sistemas de innovación abierta surgen como consecuencia de la evolución del modo de innovar a lo largo del tiempo. El camino recorrido va desde una primera fase en la que podemos hablar de una innovación incremental, que suponía el mantenimiento de los resultados y la cuota de mercado de las empresas, hasta la actual necesidad de innovación disruptiva que llegan a generar mercados nuevos (Minshall et al., 2007; Ubeda y Moslares, 2008). Chesbrough (2006:1) define la innovación abierta como “el uso de flujos internos y externos de conocimiento de forma determinada para acelerar la

innovación interna y expandir los mercados para el uso externo de la innovación, respectivamente”.

Tradicionalmente, las organizaciones desarrollaban sus nuevos productos o servicios a través de desarrollo interno, por lo que durante un largo periodo de tiempo, el modelo de innovación cerrada ha supuesto la manera más exitosa de mantener las ventajas competitivas en una organización. Sin embargo, el aumento del número de trabajadores de alta cualificación y su mayor movilidad, el surgimiento de nuevas empresas (start-ups) orientadas a los proyectos de fuentes abiertas y financiadas por capital riesgo (venture capital) y la existencia, en numerosas ocasiones, de un importante stock de conocimiento básico en el interior de las empresas pendientes de ser desarrollado, ha propiciado la necesidad de detectar y explotar las ideas valiosas, independientemente de dónde surjan (De Jong et al., 2008). El desarrollo de las capacidades y de la innovación de forma interna no es suficiente, ya que supondría la pérdida de ideas valiosas. La empresa debe acudir a nuevas fuentes externas de conocimiento que le permita, no solo mantener esas capacidades, sino también desarrollar otras nuevas en los actuales mercados tan competitivos. Intensificar la colaboración con proveedores y clientes se hace necesario; sin embargo, entran en juego nuevos agentes como competidores, distribuidores, plataformas abiertas de colaboración en Internet o centros de investigación, que amplían las posibilidades de desarrollo de la innovación en sus distintas etapas y poder llegar al mercado lo antes posible. La contribución en el mismo sentido de todos estos colaboradores permitirá acelerar la cadena de valor de varias empresas y llegar el primero y lograr copar el mercado antes que el resto de competidores (Úbeda y Moslares, 2008).

Estas nuevas comunidades de innovación abierta relacionadas con los servicios turísticos, representan un nuevo contexto social en el que generar innovaciones y conocimiento (Fleming y Waguespack, 2007; von Hippel y von Krogh, 2003). El trabajo colaborativo entre todos los agentes implicados, más formal que en las tradicionales redes, se ha convertido en una herramienta imprescindible para lograr optimizar las prácticas desde una visión renovada de gestión (De Jong et al., 2008). Las fronteras de las empresas con su entorno se redefinen, permitiendo a las organizaciones ser más permeables a los trabajos, tanto de forma individual como colectiva, de distintas redes de participantes, que trabajan para la comercialización de nuevo conocimiento (Laureen y Salter, 2006). Lograr que a estas redes turísticas de colaboración del sector privado se unan participantes del sector público, provocará una mayor efectividad en la movilización y coordinación de recur-

sos requeridos en el desarrollo local (Pulido, 2008). De esta manera, se creará un entorno socio-institucional de actores diferentes a las pymes del sector que favorezca los procesos de crecimiento y desarrollo (Caravaca y González, 2003).

Sin embargo, el papel que la innovación abierta juega en el sector servicios tiene características distintivas, sobre todo debido a que su cliente también las posee. Los servicios son intangibles por naturaleza, por lo que los clientes a menudo no especifican que desean específicamente y poseen una alta subjetividad en sus experiencias. Diferentes clientes podrían experimentar diferentes experiencias a través del disfrute del mismo servicio. Además, aunque existe una importante presencia de las nuevas tecnologías en el sector, no son muy numerosas las empresas del sector turístico que tienen establecida una estrategia de innovación integrada con la estrategia general de la empresa, a pesar de que la innovación es un condicionante tanto de la diferenciación como del crecimiento (Chesbrough, 2011).

La significativa implantación de nuevas tecnologías en el sector turístico ha permitido agilizar los procesos de las empresas e incrementar el valor añadido de los productos y servicios ofrecidos. En el caso particular de los viajes de empresa, la mejora en la gestión de la información, que permite las nuevas tecnologías, resulta fundamental en una actividad que, en los últimos tiempos, se ha complicado exponencialmente. El aumento de la competencia y la aparición del fenómeno del bajo coste en el turismo de negocios, ha generado la necesidad de pertenencia a redes cooperativas, que a través de la interconexión de sus miembros en un campo específico, optimizan la innovación y la gestión del conocimiento. Son nuevas fuentes externas que deben ser aprovechadas al máximo y de las que se lograría obtener su máxima productividad a partir de una perspectiva abierta.

Este incremento de la productividad de las empresas interconectadas a menudo se asocia a al punto de localización que comparten y sus relaciones productivas (Merinero y Zamora, 2009), lo que les proporcionan avances en la creación de conocimiento y de innovación. Una de las grandes carencias actuales de análisis turístico es que no se considera su dimensión espacial. Un destino turístico no puede ser analizado de una manera aislada, sino. Enmarcadas en una localización concreta y en la influencia de los destinos próximos (Sánchez Rivero, 2008). Centrados en el territorio y en los sistemas de relaciones e intercambios en él basados, surge un nuevo concepto en los estudios turísticos denominado clusters turísticos. El concepto clusters se define como formas de producción, en las que se logra aumentos en la productividad y crecimiento económico a través de siste-

mas de intercambio locales (Pulido, 2008). La mejora en la transferencia de conocimiento tanto codificado como tácito, mucho más complejo de gestionar y de transferir, se debe a la proximidad espacial y a las redes de trabajo que en ella se establecen.

La aplicación del concepto cluster a los proyectos de innovación abierta en el turismo de negocios está motivada en la relación que se establece entre innovación y los aspectos geográficos, con un importante peso en este tipo de turismo. En este sentido, los turistas de negocio a) eligen localizaciones turísticas urbanas bien conocidas –capitales de provincia, grandes urbes, etc.,– b) se concentra en espacios característicos –palacios de congresos, recintos feriales, etc., – y c) utiliza las estructuras de la ciudad de destino al realizar turismo cultural o gastronómico (Torrego Serrano, 1995).

Mediante la contrastación de la hipótesis de autocorrelación espacial, el trabajo de Sánchez Rivero (2008) establece un cluster espacial de considerable extensión localizado en el extremo más occidental de la región extremeña, siendo los términos municipales de Badajoz, de Cáceres y de Mérida en los que se aprecia de forma más clara la existencia de autocorrelación espacial positiva en el número de plazas hoteleras ofertadas.

Las evidencias empíricas tienen su reflejo en la realidad del sector turístico extremeño. El 5 de febrero de 2009, con un total de 29 asociados, actualmente integrado por 36 socios, se constituye el Cluster del Turismo de Extremadura. Según se reconoce en sus estatutos, nació con los objetivos de impulsar el desarrollo de este sector en la región, defender y gestionar los intereses generales y comunes de sus miembros en el ámbito turístico, así como el desarrollo y ejecución de cuantas actividades, medidas y acciones requiera la promoción, defensa y protección de los intereses económicos de sus miembros (Estatutos AEI, 2009).

La entidad que actuó como promotora fue la Federación Extremeña de Turismo Rural de Extremadura (FEXTUR) respaldada por diferentes administraciones y asociaciones de empresarios. Para dotar a la Asociación de herramientas más dinámicas y competitivas, y conseguir aunar fuerzas entre todos sus miembros, los socios deciden constituirse como Agrupación Empresarial Innovadora, con el fin de optar a las ayudas europeas y del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (MITYC) y poder intercambiar conocimientos, ideas y proyectos con otras agrupaciones nacionales.

Este papel predominante del territorio como un actor de desarrollo, permite que nuevos agentes, tales como las instituciones locales y la sociedad civil, jueguen un papel activo en los procesos de crecimiento de los diferentes destinos turísticos (Vázquez, 2000). Si los miem-

bros de las redes de cooperación por localización se relacionan a través del nuevo marco de innovación abierta, lo que supondría un nuevo estadio en el desarrollo y consolidación de dichas redes, se lograría acelerar la innovación interna, generar economías externas de escala y facilitar la entrada en este nuevo mercado por el uso externo de la innovación (De Jong et al., 2008).

La innovación abierta ha sido estudiada desde una doble perspectiva teórica. Por un lado, el enfoque interno que recoge la consideración la necesidad de superar el síndrome de “No inventado aquí” (NIH, Not Invented Here), para que sea reemplazado por actitudes que permitan utilizar las ideas o conocimientos valiosos, independientemente de donde proceda. En este sentido, en coherencia con el estudio de Mehrwald (1999), el trabajo de Herzog y Leker (2010) reconoce empíricamente que las iniciativas de innovación abierta con mejores resultados son aquéllas que se ven menos afectadas por el síndrome NIH.

Por otro lado, el enfoque externo que analiza las relaciones que mantiene con los socios del proyecto de innovación abierta y que permite superar el síndrome de “No vendido aquí” (NSH, Not Sold Here), por el cual la empresa monopoliza el uso de su innovación, prohibiendo su uso externo, más allá de sus propios servicios (Chesbrough, 2011).

Por todo ello, el uso de la innovación abierta en los servicios turísticos necesita de un cambio de mentalidad que se traduzca en nuevos principios de comportamiento de los implicados a la hora de trabajar con la tecnología, el conocimiento y las ideas (Herzog y Leker, 2010). Los motivos expuestos anteriormente permiten afirmar que la mejora en el funcionamiento de la innovación abierta en los servicios estará ligada a un conjunto de decisiones de gestión de conocimiento orientadas hacia la promoción de esta nueva concepción de la actividad innovadora. En consecuencia, este trabajo utiliza el concepto teórico de capital intelectual para su estudio, ya que el contenido de dicha concepción gira en torno al análisis de los principales componentes que permiten la gestión, tanto interna como externa, de los procesos de dirección de innovación anteriormente analizados –capital humano, capital estructural y capital relacional–.

La gestión del capital intelectual como elemento clave en la innovación abierta

La visualización de este nuevo escenario de innovación abierta exige a las empresas turísticas un mayor desarrollo de una actitud abierta en la adquisición, retención, administración y comercialización de sus recursos, en general, y de los intangibles, en particular.

Considerando que los recursos o activos intangibles son imprescindibles para mejorar la competitividad de las empresas y generar riquezas y ventajas competitivas (Bradley, 1997; Teece, 2000), su estudio y el desarrollo de prácticas, que mejoren tanto su generación como su explotación, resulta vital para la supervivencia de las organizaciones. En el turismo de negocios estos recursos intangibles resultan fundamentales, ya que para las empresas del sector resulta fundamental desarrollar y reclutar el talento de primer nivel que pueda realmente entender cómo las estrategias de negocios de los clientes son cambiantes y desarrollar respuestas estratégicas e innovadoras por igual (Convention 2020).

La combinación de estos recursos intangibles da lugar al capital intelectual, siendo el conocimiento el más valioso de los activos intangibles que posee una empresa (Alegre Vidal, 2004). No existe una clasificación consensuada sobre los tipos de capital intelectual, aunque una de las más utilizadas es la establecida en el modelo Intelec, que distingue tres componentes: el capital estructural, el capital humano y el capital relacional (Euroforum, 1998). La gestión del capital intelectual permite obtener el máximo rendimiento de los recursos fundamentales de la empresa y evolucionar hacia una organización que sepa moverse en un entorno colaborativo de beneficio mutuo. Los motivos expuestos anteriormente permiten afirmar que el óptimo funcionamiento de la innovación abierta y el éxito de su utilización en estrategias de entrada en nuevos mercados, estarán estrechamente unidas a la gestión de su capital intelectual.

Para Dragonetti y Roos (1998) definen el capital humano como el conjunto de recursos intangibles que poseen los miembros de las empresas. Este capital englobaría los conocimientos, habilidades y capacidades de las personas implicadas en la organización. El capital estructural almacena y mejora los flujos de conocimiento, permitiendo su apropiación por parte de las compañías. Por otro lado, el capital relacional hace referencia al valor que tiene para una empresa el conjunto de relaciones que mantiene con el exterior (Roos et al., 2001). En el actual entorno competitivo estas relaciones son fundamentales para la supervivencia de cualquier empresa, y en mayor medida en el caso del sector turístico, donde resulta vital lograr la creación de redes de contacto, por ejemplo, potenciando el contacto eficiente con los proveedores. Por ello, resulta imprescindible el análisis de las dinámicas colaborativas a la hora de analizar el potencial de desarrollo turístico de una empresa, ciudad o destino turístico (Merinero, 2008).

Debe considerarse en la gestión del conocimiento, dentro del modelo de innovación abierta, el número de niveles existentes, ya que, resulta fundamental

esta consideración para el desarrollo de las posteriores prácticas de gestión del capital intelectual. Las últimas líneas de investigación indican el establecimiento de cuatro estadios diferentes: el conocimiento individual, el conocimiento grupal, el conocimiento organizativo y el conocimiento interorganizativo (Nonaka, 1994; Nonaka y Takeuchi, 1995). Estos autores defienden que la organización no puede crear valor sin la iniciativa de los distintos individuos y las interacciones que se establecen en los grupos de trabajo. En el estadio final, podemos hablar de un conocimiento interorganizativo como el procedente de las relaciones entre las empresas y agentes externos, que se manifiesta en el aprendizaje relacional que permite a través de su trabajo con clientes, proveedores o socios ampliar las fuentes de información y mejora la adquisición de conocimiento a través de una perspectiva mucho más completa.

La gestión del capital humano: el liderazgo y los sistemas de incentivos

El capital humano se considera como el componente más crítico del capital intelectual a la hora de predecir el resultado operativo de los proyectos con un alto componente tecnológico (Jumay y McGee, 2006). Dentro del capital humano se incluyen capacidades individuales, conocimientos, destrezas, experiencia, etc. En general, todo aquello que el trabajador desarrolle y aporte a la empresa. El conocimiento (explícito o tácito) útil para la empresa que poseen las personas y equipos debe ser desarrollado y coordinado tanto de forma individual como grupal. En este trabajo se analizará uno de los elementos más destacables y que mejor podría aplicarse a los modelos de innovación actual, el liderazgo. Este liderazgo debe ser aplicado y adaptado a los distintos niveles de conocimientos, hasta alcanzar un liderazgo interorganizativo. Por otro lado, siguiendo la línea de motivación de los individuos y equipos, se establecerán alguna de las propuestas que pueden aplicarse al establecimiento de sistemas de incentivos.

A pesar de la apariencia de aparente caos y falta de organización que, en principio, podría atribuirse al funcionamiento de la innovación abierta, la realidad en la que se desarrollan los proyectos es muy distinta. Aunque no existe una dirección autoritaria y centralizada, se hace necesaria la existencia de un importante liderazgo para lograr un óptimo desarrollo y evitar las rupturas entre los miembros (Fleming y Waguespack, 2007). De esta manera, se logrará el ambiente propicio para creación y transmisión de conocimiento.

El éxito en la implantación de un modelo de innovación abierta estará condicionada por las habilidades y la formación de la alta dirección de las distintas orga-

nizaciones implicadas en el proyecto (Fredberg, 2007) y por su capacidad de liderazgo. Motivar a los individuos a que generen y compartan su propiedad intelectual, en ocasiones, sin una remuneración económica directa, es un cambio significativo de gestión (Chesbrough, 2003). En este nuevo entorno juega un papel importante la motivación intrínseca, ya que las personas que van a compartir su conocimiento están más motivadas por aspectos intrínsecos tales como, el crecimiento personal o el éxito en la tarea (Tampoe, 1996).

La confianza y la familiaridad entre los miembros de los equipos es la clave en la creación y generación del conocimiento y, por ende, en el éxito de los nuevos productos (Akgün et al., 2005; Lee y Cole, 2003; Powell et al., 1996). En consecuencia, hablamos de un liderazgo que fomente la confianza y motivación entre pares, mitigando la percepción de riesgo. No tanto como consecuencia de la aprobación por parte de los superiores del trabajo de sus subordinados, sino al vincular el liderazgo con una elevada formación y conocimiento técnico relacionado con la temática del proyecto. En el anterior modelo cerrado de innovación, la confianza se construía de una manera más sencilla, ya que los participantes compartían un espacio común e interactuaban cara a cara (Nonaka y Takeuchi, 1995). En el nuevo paradigma, el contacto directo se sustituye por un reconocimiento de las empresas o instituciones con un mayor conocimiento o contribución al proyecto. Desde esta perspectiva, para Fleming y Waguespack (2007: 166) el líder que mejor funciona en un entorno abierto es aquel que “proporcionan una elevada contribución técnica desde posiciones estructurales que mantendrán unidos a la comunidad”.

La experiencia previa es otra de las características que determinan la tipología de líderes que mejor podrían adaptarse a las particulares de un modelo de trabajo más abierto. Son diversos los trabajos que hacen referencia a la importancia del estatus y la experiencia previa que debe poseer el referente del resto de empre-

sas (Fleming y Waguespack, 2007; Lee y Cole, 2003). Los resultados obtenidos por miembros del grupo con experiencia previa en proyectos similares son mejores que los de aquellos participantes que no tengan experiencia o con escasa experiencia (Argote e Ingram, 2000).

El lugar o estatus que ocupan las empresas en las redes de trabajo establecidas entre distintas organizaciones estará condicionado por las pasadas contribuciones y experiencias en proyectos similares, e influye en su comportamiento y en los resultados que se obtengan (Ahuja, 2000). Por todo ello, al alcanzar cierto estatus se incrementa la posibilidad de jugar el papel de líder en un proyecto de innovación abierta, ya que dicha posición se ha logrado a través de sus contribuciones pasadas (Lee y Cole, 2003).

De este modo, se establece la primera proposición:

P1: El liderazgo basado en un alto conocimiento técnico y experiencias previas en proyectos de innovación abierta presenta una relación directa y significativa en los resultados de tales proyectos en el turismo de negocios

En segundo lugar, se analizan los sistemas de incentivos como mecanismo de satisfacción del personal y recompensa a sus competencias. Establecer y desarrollar un sistema de incentivos selectivos para los participantes en trabajos que requieran de la participación de un colectivo son esenciales para su éxito (Oliver, 1980). El autor siguiendo la obra de Mancur Olson (1965) afirma que sólo a través de unos incentivos discriminados y adaptados a los individuos se logrará orienten sus actividades en beneficio del grupo. En consecuencia, al diseñar los incentivos se debe fijar una perspectiva individual en detrimento de la grupal, enfocando la recompensa al trabajo de los miembros que contribuyen a la obtención de los objetivos del grupo. Una segunda línea de investigación apoya el uso de sistemas de incentivos basados en el equipo para reducir las incongruencias entre sus miembros (Xie et al., 2003).

El establecer una comparativa entre los sistemas de incentivos de los modelos abierto y cerrado de inno-

| Modelo de Innovación Abierta | Modelo de Innovación Cerrada |
|---|---|
| Menor exactitud a la hora de medir los resultados al establecerse relaciones más complejas. Difícil conocer cómo y en qué cantidad compensar a los trabajadores | Mayor exactitud a la hora de medir los resultados y la calidad del trabajo individual |
| Incremento de la iniciativa ante la falta de una dirección autoritaria | Iniciativas más controladas por la dirección |
| Mayor fluidez en las tareas relacionadas con el mercado | Mayor control en las tareas que se desarrollen en el mercado |

Tabla 1: Comparativa entre las características de los Modelos de Innovación Abierta y Cerrada como apoyo al desarrollo de sistemas de incentivos. Fuente: Elaboración propia a partir de Lerner y Tirole (2002)

vación puede servir de apoyo a la hora de diseñar el sistema de incentivos óptimo. Se ha partido del trabajo de Lener y Tirole (2001) como apoyo al desarrollo de la tabla 1, comparativa entre ambos modelos.

Por todo ello, la segunda proposición se define de la siguiente manera:

P2: El diseño de sistemas de incentivos adaptado a las características de los proyectos de innovación abierta presenta una relación directa y significativa en la gestión de tales proyectos en el turismo de negocios

La gestión del capital estructural: la cultura, las licencias de propiedad intelectual y los sistemas de información

El capital estructural incluye tanto el diseño estructural, la cultura organizativa y filosofía de negocio, los mecanismos de información y comunicación, como las patentes y la propiedad intelectual. Pertenece a la empresa y se queda en ella cuando las personas abandonan la empresa (Euroforum, 1998), por lo que su objetivo final es almacenar y mejorar los flujos de conocimiento. Otros aspectos que también se recogen en algunas definiciones son la incorporación, formación y sostenimiento del capital humano (Edvinsson y Malone, 1997).

La cultura organizativa de las distintas empresas puede entrar en colisión con la nueva cultura abierta que se establezca para el desarrollo de la innovación abierta. Formar y preparar a la gente, dotándola de la cultura de producir, compartir y asimilar información podría ser la solución para este problema en el nuevo escenario creado. Estas nuevas habilidades permitirán que las empresas, a través de la cooperación con otros agentes, además de cubrir la falta de habilidades internas, puedan fortalecer y desarrollar ciertas competencias internas. Para ello, sería recomendable el desarrollo de ciertas rutinas que faciliten y sirvan de guía al desarrollo de los distintos acuerdos (Powell et al., 1996).

En ciertas comunidades como las de software libre, la existencia de ciertas normas, como licencias de propiedad intelectual y la regulación de la utilización de los resultados a través de permisos, facilita en gran medida las relaciones entre los miembros del proyecto. Se fomenta, por tanto, el uso de licencias externas y la creación de patentes conjuntas, etc.

Consecuentemente, la tercera y cuarta proposición consideran:

P3: La existencia de una cultura abierta que fomente la cooperación entre los agentes implicados presenta una relación directa y significativa en los resultados en la gestión de tales proyectos en el turismo de ne-

gocios

P4: El uso de licencias y la creación de patentes presentan una relación directa y significativa en los resultados del proyecto de innovación abierta

Dentro del desarrollo de mecanismos de información y comunicación ocupa un lugar destacado los Sistemas de Información de Clientes (CIS). Trabajar de forma estrecha con sus clientes para el desarrollo de nuevas soluciones para los servicios ofrecidos, es uno de los caminos a seguir por parte de las compañías que desean incorporar la innovación abierta su filosofía empresarial (Chesbrough, 2011). Por todo ello, los CIS son considerados como recursos organizativos y la información que los clientes proporcionan a la organización se valora como un activo valioso. Se invita al cliente a participar en la creación y mejora del servicio, no sólo en su adquisición. Sin embargo, existe una falta de normativa al respecto que ocasiona diferencias en los resultados entre diferentes empresas y que dificulta la extensión de su uso (Avlonitis y Panagopoulos, 2005; Zahay y Peltier, 2008). En el actual marco de innovación abierta, estos sistemas deben ampliarse a otro tipo de agentes como proveedores o centros de investigación para completar y mejorar los flujos de información. El objetivo es obtener la mayor información útil posible que permita mejorar la prestación del servicio. Sin embargo, no debe ser una única empresa la que preste dicho servicio, se trata de poder coordinarlo entre todos los participantes en el proyecto de innovación abierta (Chesbrough, 2011).

En este contexto, se establece la quinta proposición:

P5: El diseño de CIS ampliados a terceros agentes en los proyectos de innovación abierta presenta una relación directa y significativa en la gestión de tales proyectos en el turismo de negocios

La gestión del capital relacional: la comunicación y el papel de los actores centrales e intermedarios

La utilización de fuentes y canales de investigación externos permite alcanzar mayores niveles de desarrollo (Laureen y Salter, 2006) de forma complementaria a las fuentes internas de conocimiento. El capital relacional engloba el conjunto de relaciones que la empresa mantiene con agentes externos (Euroforum, 1998) y la potencialidad que las mismas representan en el futuro. Se establecen elementos que permitan compartir información, confianza y normas de reciprocidad (Hitt et al,

2004). Esta confianza es fundamental en el sector turístico, ya que, se hace necesaria la coordinación entre la producción del bien o servicio y su distribución, que en muchas ocasiones se realiza por agentes distintos y con características heterogéneas.

La construcción de redes de colaboración implica una necesidad de establecer modos y medios de comunicación, que permitan dar a conocer los intereses de la diversidad de individuos y grupos que participan en los proyectos de innovación abierta. A través de una comunicación abierta y sincera entre los miembros de los distintos grupos se incrementa la confianza y lealtad entre grupos, y se reduce los comportamientos egoístas, favoreciendo el éxito de los trabajos planteados (Bstierler, 2006). Por este motivo, la comunicación se vuelve un factor clave en la innovación abierta al existir una alta interdependencia entre los miembros de los distintos equipos que participen en el proyecto (Andrés y Zmud, 2002; Kazanjian et al, 2000).

Estimular la interacción, para que los agentes implicados puedan trabajar juntos de una manera satisfactoria en un marco común de actuación, puede lograrse a través de la posición que ocupan los actores en las redes abiertas. En esta línea, el trabajo de Vaaland et al. (2005) analiza el papel de la figura del “actor central” y “el actor facilitador” como conceptos que mejorar las re-

laciones entre los agentes. La posición relativa que ocupan los participantes o actores en una determinada red de trabajo ira cambiando a medida que varíen dichas relaciones. Aquellos actores que estén en una situación intermedia tienen mejor acceso a los recursos y mayor poder en uno o varios aspectos operativos. Esto les lleva a ser los actores idóneos para mantener la estabilidad en la red de innovación abierta.

No es sólo el actor central el que juega un papel fundamental en la construcción y mantenimiento de las relaciones. Los actores intermedios, aquellos situados entre el actor central y los periféricos también deben ser considerados clave. Estos intermediarios influyen en los flujos que se establezcan y pueden condicionarlos. El trabajo de De Jong et al. (2008) también analiza la utilización de los intermediarios o “go-betweens”. Estos actores facilitan el intercambio de conocimiento, la recepción del feedback o logran que las transacciones ser realicen correctamente.

Finalmente, se plantean la sexta y séptima proposición:

P6: El establecimiento de una comunicación abierta y sincera en los proyectos de innovación abierta presenta una relación directa y significativa en la gestión de tales proyectos en el turismo de negocios

P7: El papel estabilizador de los actores centrales e

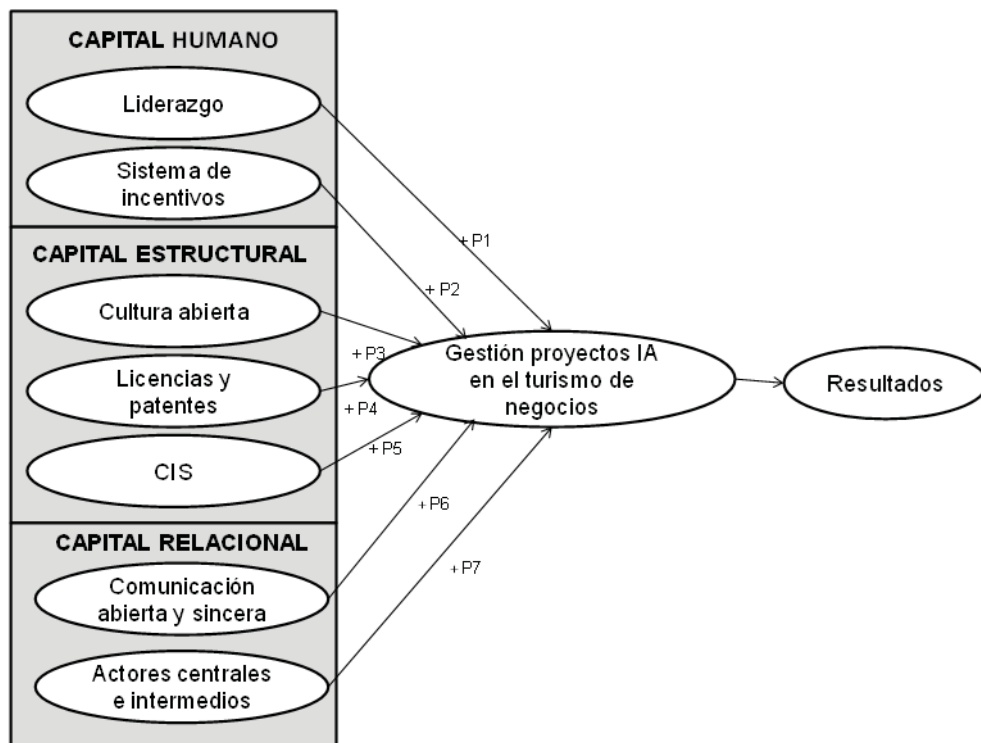


Figura 1: Modelo general de análisis. Fuente: Elaboración propia

intermedios en los proyectos de innovación abierta presenta una relación directa y significativa en la gestión de tales proyectos en el turismo de negocios

A modo de resumen, la siguiente figura ilustra el conjunto de relaciones, agrupando las variables en capital humano, capital estructural y capital relacional.

Conclusiones y recomendaciones

Las fuentes de las ideas externas para un modelo de innovación abierto son diversas, lo que representa un nuevo contexto social en el que generar innovaciones. El trabajo colaborativo entre todos los agentes implicados se ha convertido en una herramienta imprescindible para lograr optimizar las tareas. Los grupos de trabajo que se crean en un proyecto de innovación abierta poseen unas características distintivas que deben ser consideradas y que requieren de una gestión específica, adaptada a estas nuevas particularidades. Lograr que los potenciales participantes en el proyecto de colaboración perciban que el destino del grupo es más importante que los costes de participar en el, disminuirá las probabilidades de fracaso (Schwartz y Paul, 1992).

Sin embargo, los resultados empíricos de algunos trabajos muestran que no todas las actividades de innovación abierta tienen un efecto positivo sobre los resultados relacionados con la innovación (Kim y Park, 2010). En muchas ocasiones, estas diferencias en los resultados se derivan de las características distintivas que poseen los grupos de trabajo en un proyecto de innovación, que deben ser consideradas y que requieren de una gestión específica adaptada a estas nuevas particularidades (González-Sánchez y García-Muiña, 2011).

Este trabajo analiza la utilidad de la aplicación de la innovación abierta en la toma de decisiones sobre el desarrollo y transferencia de recursos y tecnología de las empresas turísticas. Se centra, para ello en la utilización de la innovación abierta como una herramienta facilitadora en la entrada en un nuevo mercado por parte de las empresas de una región concreta, la Comunidad Extremeña. La entrada en un mercado tan competitivo como el del Turismo de Negocios exigirá a las empresas una optimización de la gestión del conocimiento y la innovación y, al mismo tiempo, una mejora en las curvas de aprendizaje, por lo que el concepto de innovación abierta se ajusta a las necesidades que se demandan. Además, se enmarcar el análisis en las redes de trabajo que se establecen con la localización como factor determinante. De esta manera, el estudio de las complementariedades y relaciones entre empresas que logran aumentos en la productividad y crecimiento económico a través de sistemas de intercambio locales, adquiere una

nueva dimensión desde la perspectiva de la innovación abierta. A través de la innovación abierta, por un lado, se acelera la innovación interna y, por el otro, se facilita la entrada en nuevos mercados por el uso externo de la innovación. El establecimiento de redes de trabajo, enmarcadas en un mismo destino turístico, supone acudir a nuevas fuentes externas de conocimiento que permitan a las empresas, no solo mantener las capacidades propias, sino también desarrollar otras nuevas, necesarias para el desarrollo de nuevas estrategias.

En este contexto, y desde un punto de vista académico, el presente trabajo propone un modelo exploratorio que integra los factores clave, desde la perspectiva del capital intelectual, en el éxito en los procesos de innovación abierta. En concreto, a través de la revisión la literatura teórica y empírica, se plantean las principales variables del capital intelectual relacionadas con la gestión del conocimiento en los sistemas abiertos de innovación aplicado al sector turístico de negocios, y se establecen diferentes proposiciones acerca del sentido e intensidad de tales relaciones.

En cuanto a las implicaciones directivas del trabajo, se ha establecido una serie de recomendaciones que permiten mejorar la práctica empresarial, tanto a nivel de gestión del propio proyecto de innovación abierta, como a nivel de dirección de cada una de las organizaciones participantes.

En este sentido, la gestión del proyecto de innovación abierta mejora a través de tres grupos de variables clave: las incluidas dentro del capital humano, las relacionadas con el capital estructural y finalmente las pertenecientes al capital relacional.

En primer lugar, respecto al capital humano, la experiencia previa y el conocimiento técnico del líder permiten que su presencia reduzca los comportamientos oportunistas de los agentes, al contar con la legitimidad necesaria para ello. Por otro lado, los sistemas de incentivos que se ajusten a los requerimientos del modelo de innovación abierta son fundamentales. Estos requerimientos están basados en la menor exactitud a la hora de medir resultados, el fomento de la iniciativa y la mayor fluidez de las operaciones de mercado.

En segundo lugar, en cuanto al capital estructural, una cultura abierta que fomente la interacción, la aceptación de un mayor nivel de riesgos y haga a la organización más receptiva ante las nuevas ideas, resulta un medio eficaz a la hora de superar la ruptura o final anticipado de la relación (Vaaland et al., 2005). Por otro lado, la formalización de los resultados en patentes y licencias, fomenta el desarrollo de capacidades para adquirir e integrar el conocimiento generado en el proceso de innovación (Minshall et al., 2007).

Finalmente, al considerar el capital relacional, se establecen las siguientes conclusiones. El establecimiento de una comunicación abierta y sincera favorece el intercambio y transferencia de conocimientos entre los agentes, especialmente cuando existe la percepción de que las aportaciones y beneficios obtenidos del sistema son justos. Además, ante la complejidad de los conocimientos implicados, el papel de los agentes centrales y facilitadores resulta una gran importancia, al promover una mayor estabilidad en las relaciones interorganizativas.

Finalmente indicar que la mayoría de los trabajos planteados hasta el momento adoptan el método del caso como forma de análisis, centrándose específicamente en el grado de adopción de este nuevo paradigma con un enfoque estático (González-Sánchez y García-Muiña, 2011). Por ello, el avance en la investigación exige de una mayor presencia de trabajos empíricos (Kim y Park, 2010). En esta línea el propósito de la presente investigación será el contraste de las principales relaciones establecidas, adoptando un enfoque dinámico; es decir, teniendo en cuenta diferentes fases en el desarrollo del proyecto. A modo de ejemplo, se podría considerar la existencia de varios estadios o fases en las relaciones que viven los participantes en un proyecto de innovación abierta (fase de asentamiento, fase de decisiones, fase de redes de comunicación, etc...).

Bibliografía

- Ahuja G.
2000 "Collaboration networks, structural holes and innovation: A longitudinal study". *Administrative Science Quarterly*, 45(3): 425-455.
- Akgün, A.E., Byrne, J.C., Keskin, H., Lynn G.S. e Imamoğlu, S.Z.
2005 "Knowledge networks in new product development projects: A transactive memory perspective". *Information Management*, 42(8): 1105-1120.
- Avlonitis, G.J. y Panagopoulos, N.
2005 "Antecedents and consequences of CRM technology acceptance in the sales force". *Industrial Marketing Management*, 34(4): 355-368.
- Alegre Vidal, J.
2004 "La gestión del conocimiento como motor de la innovación: lecciones de la industria de alta tecnología para la empresa". Servicio de Comunicación y Publicaciones. Castellón: Universitat Jaume I.
- Andres, H. y Zmud, R.
2002 "A contingency approach to software project coordination". *Journal of Management Information*, 18(3): 41-70.
- Argote, L. e Ingram, P.
2000 "Knowledge transfer: A basis for competitive advantage in firms". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 82(1): 150-169.
- Bartol, K.M., Locke, E.A. y Srivastava, A.
2006 "Empowering leadership in management teams: Effects on knowledge sharing, efficacy, and performance". *Academy of Management Journal*, 49(6): 1239-1251.
- Benavides, S.
2008 "Encadenamientos productivos y clusters: Una estrategia para fortalecer las micro y pequeñas empresas del turismo rural". *Revista Geográfica de América Central*, 42(II Semestre): 113-129.
- Binimelis Sebastian, J. y Ordinas Grau, A.
2003 "El turismo de negocio y reuniones en Mallorca". *Cuadernos de Turismo*, julio-diciembre, 12: 35-51.
- Bradley, K.
1997 "Intellectual capital and the new wealth of nations". *Business Strategy Review*, 8(1): 53-62.
- Bstieler, L.
2006 "Trust formation in collaborative new product development". *Journal of Product Innovation Management*, 23(1): 56-72.
- Caravaca, I., González, G. y Silva, R.
2003 "Redes e innovación socio-institucional en Sistemas Productivos Locales". *Boletín de la AGE*, 36: 103-115.
- Chesbrough, H.W.
2003 "The era of open innovation". *MIT Sloan Management Review*, 44(3): 35-41.
- Chesbrough, H.W.
2006 "New puzzles and new findings". En H. W. Chesbrough, W. Vanhaverbeke and J. West (Eds.), *Open Innovation: Researching a new paradigm* (pp. 15-34). Oxford: Oxford University Press.
- Chesbrough, H.W.
2011 "Bringing open innovation to services". *MIT Sloan Management Review*, 52(2): 85-90.
- De Jong, J.P.J., Vanhaverbeke W., Kalvet, T. y Chesbrough, H.
2008 "Policies for open innovation: Theory, framework and cases". Research project funded by Vision Era-Net. Helsinki: Finland.
- Edvinsson, L. y Malone, M.S.
1997 *Intellectual Capital. Realizing your company's true value by finding its hidden brainpower* (1ª ed). New York: Harper Collins Publishers, Inc.
- Estatutos AEI
2009 Estatutos AEI cluster de turismo de Extremadura. Fecha de acceso: 15 de enero de 2011 de <http://www.clusterturismoextremadura.es>
- Euroforum
1998 "Proyecto Intellect. Medición del capital intelectual".

- tual". Euroforum, Madrid.
- Fleming, L. y Waguespack, D.M.
2007 "Brokerage, boundary spanning, and leadership in open innovation communities". *Organization Science*, 18(2): 165-180.
- Fredberg, T.
2007 "Real options for innovation management". *International Journal of Technology Management*, 39(1/2): 72-85.
- García Guillén, O.
2009 "Retos en la gestión de los viajes de empresa en tiempos difíciles". *Savia. Revista de Economía y Gestión de Viajes*, 67: 64-65.
- González-Sánchez, R. y García-Muiña, F.E.
2011 "Innovación abierta: Un modelo preliminar desde la gestión del conocimiento". *Intangible capital*, 7(1): in press.
- Gumusluoglu, T. e Ilsev, A.
2009 "Transformational leadership, creativity and organizational innovation". *Journal of Business Research*, 62(4): 461-473.
- Herzog, P.H. y Leker, J.
2010 "Open and closed innovation – different innovation cultures for different strategies". *International Journal of Innovation and Technology Management*, 52(3/4): 322-343.
- Hitt, M. A., Ireland, D. y Santoro, M.D.
2004 "Developing and managing strategic alliances, building social capital and creating value". En Ghobadian, A., O'Regan, N., Gallear, D and Viney, H. (Eds.), *Strategy and Performance: Achieving Competitive Advantage in the Global Market Place* (pp. 13-34). London, UK: Palgrave-Macmillan Publishing.
- ICCA
2009 "Convention 2020". ICCA ranking del país y la ciudad medido por el número de reuniones organizadas en el 2009.
- Junta de Extremadura
2010 Web oficial de turismo de Extremadura. Fecha de acceso: 25 de Enero de 2011 de www.turismoextremadura.com
- Kazanjian, R.K., Drazin, R.M. y Glynn, M.A.
2000 "Creativity and technological learning: The roles of organization architecture and crisis in large-scale projects". *Journal of Engineering and Technology Management*, 17: 273-298.
- Kim, H. y Park, Y.
2010 "The effects of open innovation activity on performance of SMEs: The case of Korea". *International Journal of Technology Management*, 52(3/4): 236-256.
- Laursen K. y Salter, S.
2006 "Open for innovation: The role of openness in explaining innovation performance among UK manufacturing firms". *Strategic Management Journal*, 27: 131-150.
- Lee, G. y Cole, R.
2003 "From a firm-based to a community-based model of knowledge creation". *Organization Science*, 14(6): 633-649.
- Lerner, J. y Tirole, J.
2002 "Some simple economics of open source". *Journal of Industrial Economics*, 50(2): 197-234.
- Medina Salgado, S. y González Sánchez, R.
2010 "La información en tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) en la titulación de Turismo: ¿es adecuada?". *Revista Electrónica Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 11(1): 371-388.
- Mehrwald, H.
1999 "Das 'Not Invented Here' – Syndrom in Forschung und Entwicklung". DUV, Wiesbaden.
- Merinero Rodríguez, R.
2008 "Micro-cluster turísticos: El papel del capital social en el desarrollo económico local". *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época*, 2: 67-92.
- Merinero Rodríguez, R. y Zamora Acosta, E.
2009 "La colaboración entre los actores turísticos en ciudades patrimoniales. Reflexiones para el análisis del desarrollo turístico". *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(2): 219-238.
- Minshall, T., Seldon, S. y Probert D.
2007 "Commercializing a disruptive technology based upon university ip throug open innovation: A case study of Cambridge display technology". *International Journal of Innovation and Technology Management*, 4(3): 225-239.
- Monfort, V. M., Morant A. e Ivars, J.
1996 "Demanda turística". En Pedreño A. (Eds.). *Introducción a la Economía del Turismo en España*. Madrid: Civitas.
- Morcillo, P., Rodríguez Antón, J.M., Casani, F. y Rodríguez Pomedá, J.
2001 "La teoría de recursos y capacidades: Un cruce de caminos". *Cuadernos Aragoneses de Economía*, 11(1): 49-66.
- Nonaka, I.
1994 "A dynamic theory of organizational knowledge creation". *Organization Science*, 5(1): 14-37.
- Nonaka, I. y Takeuchi, H.
1995 *The knowledge-creating company: How japanese companies create the dynamics of innovation*. New York: Oxford University Press.

- Oliver, P.E.
1980 "Rewards and punishment as selective incentives for collective action: Theoretical investigation". *American Journal Sociology*, 85(6): 1356-1375.
- Orsterloh, M. y Rota S.
2007 "Open source software development- Just another case of collective invention?". *Research Policy*, 36(2): 157-171.
- Piller, F.T. y Walcher, D.
2006 "Toolkits for idea competitions: a novel method to integrate users in new product development". *R & D Management*, 36(3): 307-318.
- Powell, W.W., Koput, K.W. y Smith-Doerr, L.
1996 "Interorganizational collaboration and the locus of innovation: Networks of learning in biotechnology". *Administrative Science Quarterly*, 41(3): 116-145.
- Pulido Fernández, J.I.
2008 "Delimitación conceptual y tipologías del turismo rural". En Pulido Fernández, J. I. (Coords.). *El turismo rural. Estructura económica y configuración territorial en España* (pp. 21-49). Madrid: Editorial Síntesis.
- Sáez Cala, A.
2006 "La actividad turística: conceptos, clasificaciones y fuentes de información". En Sáez Cala, A.; Martín Urbano, P. y Pulido Fernández, J.I. (Coords.). *Estructura económica del turismo* (pp. 21-53). Madrid: Editorial Síntesis.
- Salinas Novella, J.
1998 "El turismo de congresos, convenciones y viajes de inventivo: El caso de Valencia". *Revista Valenciana D'Estudis Autònoms*, 25: 117-186.
- Sánchez Martín, J.M.
1998 "Tipología turística municipal de Extremadura basada en el análisis factorial de componentes principales". *Lurralde Inves. Esp.*, 21: 95-119.
- Sánchez Rivero, M.
2008 "Análisis espacial de datos y turismo: Nuevas técnicas para el análisis turístico. Una aplicación al caso turístico". *Revista de Estudios Empresariales, Segunda época*, 2: 48-66.
- Schwartz M. y Schuva, P.
1992 "Resource mobilization versus the mobilization of people". En A. D. Morris and C. McClurg (Eds.), *Frontiers in Social Movement Theory*, 13 (pp. 205-223). New Haven: Yale University Press.
- Tampoe, M.
1996 "Motivating knowledge workers –the challenge for the 1990's". En Myers, P. S. (Eds.), *Knowledge management and organizational design* (pp. 179-190). Boston, M. A.: Butterworth-Heinemann.
- Teece, D.J.
2000 "Strategies for managing knowledge assets: The role of firm structure and industrial context". *Long Range Planning*, 33: 35-54.
- Torrego Serrano, F.
1995 "El espacio del turismo de negocio en Madrid". *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 15: 719-729.
- TourExtremadura
2007 Palacios de Congresos de Extremadura. Fecha de acceso: 18 de Enero de 2011 de <http://www.palaciosdecongresosdeextremadura.es/>
- Úbeda Sales, R. y Moslares García, C.
2008 "Innovando la innovación". *Boletín Económico de ICE*, 2942: 27-37.
- Vaaland, T.I., Purchase, Sh. y Olaru, D.
2005 "When techno-innovative relationships break up what happens to network?". *International Journal of Innovation and Technology Management*, 2(3): 293-312.
- Vázquez, A.
2000 "Desarrollo, redes e innovación". *Lecciones sobre desarrollo endógeno*. Madrid: Pirámide.
- von Hippel, E. y von Krogh, G..
2003 "Open source software and the "private-collective" model: Issues for organization science". *Organization Science*, 14(2): 209-223.
- Xie, J., Song, M. y Stringfellow, A.
2003 "Antecedents and consequences of goal incongruity on new product development in five countries: A marketing view". *Journal of Product Innovation Management*, 20(3): 233-250.
- Zahay, D.L. y Peltier, J.
2008 "Interactive strategy formation: Organizational and entrepreneurial factors related to effective customer information systems practices in B2B firms". *Industrial Marketing Management*, 37: 191-205.

Recibido: 28/12/09
Reenviado: 25/02/11
Aceptado: 10/03/11
 Sometido a evaluación por pares anónimos

El turismo rural y el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche de la provincia de Huelva (España): una visión de futuro

Emilio Romero Macías ⁱ

Universidad de Huelva (España)

Vicente Romero Macías ⁱⁱ

Junta de Andalucía (España)

Alfonso Vargas Sánchez ⁱⁱⁱ

Universidad de Huelva (España)

Resumo: El sector rural, en reconocido declive a partir de la segunda mitad del siglo XX, ha experimentado en los últimos tiempos y en determinadas zonas una transformación de la tradicional tendencia monofuncional, acogiendo actividades económicas diversas tanto de transformación como de prestación de servicios muy estrechamente ligadas a los mismos factores que la marginaron, gracias a la conservación de su entorno natural y de su patrimonio. Este hecho ha dado cabida al nacimiento de una nueva modalidad de turismo, nacida al amparo de una nueva demanda donde la recreación en un entorno natural conservado es considerada como un verdadero privilegio al alcance de todos.

Palabras Turismo Rural; Parque Natural; Patrimonio; Huelva

Title: Rural tourism and the Sierra de Aracena y Picos de Aroche Natural Park in the province of Huelva (Spain): a vision for the future

Abstract: The rural sector, in recognized declivity from second half of century XX, has experienced lately and in certain zones a transformation of the traditional monofunctional tendency, welcoming diverse economic activities as much of transformation as of benefit of services very closely bound to such factors that marginalized it, thanks to the conservation of its natural surroundings and its patrimony. This fact has given to capacity to the birth of a new modality of tourism, born under protection of a new demand where the recreation in conserved natural surroundings is considered like a true privilege within reach of all.

Keywords: Rural tourism; Natural Park; Heritage; Huelva.

ⁱ Escuela Técnica Superior de Ingeniería. Universidad de Huelva. E-mail: romaci@uhu.es

ⁱⁱ Delegación Provincial Medio Ambiente. Junta de Andalucía, Huelva. E-mail: vicente.romero@juntadeandalucia.es

ⁱⁱⁱ Grupo de Investigación GEIDETUR. Universidad de Huelva. E-mail: vargas@uhu.es

Concepto de turismo rural

No son pocas las definiciones del concepto de “turismo rural”, todas ellas con un fondo común y a la vez con especificaciones variadas.

Pretendiendo buscar una definición global, podemos entender al turismo rural (IET, 1997) como una actividad lúdica que se desarrolla en el medio rural y soportada básicamente por el medio ambiente humano y natural (Fig. 1); sin embargo, dicha definición deja en el aire aspectos tan distantes de otras modalidades de turismo como la posible sostenibilidad de su implantación o la integración de la población local. Es por ello que no consideramos desacertada la definición de Fuentes García (1995, 19-52), que entiende el turismo rural como una “Actividad turística realizada en el espacio rural, compuesta por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local”. Por tanto, se trata de una actividad caracterizada por los siguientes factores:

- Que se realice en el medio rural.
- Que sea una oferta integrada de ocio.
- Que la motivación del turista esté basada en el contacto con el entorno autóctono.
- Que exista una interrelación con la sociedad local.



Figura 1. Instalaciones al aire libre en Castaño del Robledo

Origen

Hoy en día, el turismo rural en Europa es una actividad consolidada, al punto que se estima que existen ya más de 500.000 establecimientos dedicados a la actividad.

Francia, Irlanda, Alemania tienen en promedio un 3% de sus empresas agrícolas realizando actividad de agroturismo. Otros países, como Austria, muestran una presencia aún mucho mayor.

Como muchas otras actividades relacionadas con el

consumo, la evolución del turismo rural, también está sujeta a modas y fases de mayor y menor crecimiento; aun así, los datos recabados a través de la Federación Europea de Alojamientos Rurales, EuroGîtes (www.eurogites.org) señalan que ha habido, a lo largo de los últimos diez años, un crecimiento del orden del 10-15% anual de la oferta y demanda: muy por encima de la media del sector turístico en general.

Ya en la segunda mitad del siglo XX se fueron fraguando una serie de cambios en el sector turístico motivados por diversos factores que incidieron en las pautas de consumo y en originar nuevas tendencias:

- Socialmente, nos encontramos con sociedades con mayor tiempo de ocio, nuevos repartos de dicho tiempo y mayor conciencia ecológica.
- Económicamente, por el desarrollo del sector servicios y el crecimiento del nivel de renta.
- Culturalmente, aumentan los niveles de formación y concienciación de la sociedad, y sus ganas de ponerlos en práctica contactando con lo tradicional y artesanal.
- Políticamente, por la incorporación de nuevos territorios en las prácticas políticas para la implantación del sector turístico como vehículo de desarrollo económico.

En consecuencia, surgen nuevas motivaciones en la demanda, con una mayor especificidad en la misma que reclama nuevas ofertas donde el elemento natural y patrimonial tiene cada vez más peso, sentándose las bases para la implantación turística en las áreas rurales y naturales; es el origen del llamado Turismo Rural.

Un ejemplo interesante para observar el potencial del turismo rural y la tasa de crecimiento de la actividad, lo brinda el País Vasco. En octubre de 1991, se abre el primer agroturismo, en 2003 se contabilizan 265 establecimientos, la importancia del asociativismo se ve reflejada en que de ese total, 227 pertenecen a la Asociación Nekazalturismoa, que es una institución autónoma (Ezkurdia, 2003).

En el País Vasco la asociación de turismo rural Nekazalturismoa fue creada por el Estado en 1991; en 1999, habiendo demostrado capacidad para desarrollar su actividad sin tuteladas, el gobierno la entregó a los integrantes.

Beneficios y riesgos del turismo rural

Los elementos básicos del turismo rural son el medio ambiente y las comunidades locales, de ahí que siendo una actividad orientada al beneficio económico, origine en estos campos aspectos beneficiosos no exentos de determinados costes implícitos a las acciones (Crosby, 1993).

| SECTOR | BENEFICIOS | COSTES |
|----------|--|---|
| AMBIENTE | - Conservación y mejora de zonas naturales. - Mayor sensibilización hacia el medio natural. | - Impactos ambientales (paisaje, agua, suelo, atmósfera, fauna, flora). |
| SOCIEDAD | - Intercambio de culturas. - Mantenimiento de tradiciones. - Conservación y mejora del patrimonio. | - Conflictos entre población local y visitantes. - Riesgos de contaminación cultural. |
| ECONOMÍA | - Creación de empresas y empleo. - Incremento de ingresos locales. - Mantenimiento y mejora de servicios. - Diversificación de actividades. | - Creación de infraestructuras adicionales. - Peligro de monoactividad. - Especulación del suelo. |

Cuadro 1. Beneficios y riesgos del turismo rural. Fuente: Elaboración propia, basado en Crosby, 1993

Es, pues, la consecución de una acción integrada en el entorno, la que va a garantizar la sostenibilidad y éxito de la fórmula turística en el entorno rural.

Tipos de turismo rural

Son muy diferentes las acepciones del Turismo Rural donde tiene cabida todas las variantes posibles de este tipo de turismo. Entre ellas podemos reseñar las siguientes:

- Agroturismo. Es un turismo rural activo en la explotación agropecuaria donde se vive inmerso en su rutina y costumbres (es un potencial en nuestras dehesas y huertas).
- Turismo de Naturaleza. Es un turismo que busca el contacto directo con la naturaleza e implica un enfoque científico, estético y filosófico de la misma, con un alto grado de interpretación.
- Turismo de Salud. Generalmente asociado a la existencia de balnearios, fuentes termales, etc.
- Turismo Religioso. Son manifestaciones de peregrinajes por motivos y celebraciones religiosas.
- Turismo de Aventura o Turismo Activo. Participan activamente en el uso del medio natural, normalmente practicando actividades deportivas activas (parapentes, alpinismo, deslizamientos, etc.).
- Turismo Gastronómico. Básicamente se fundamenta en la degustación de la gastronomía típica de la zona.
- Turismo Cinegético/Pesca. Orientado al ejercicio de actividades de caza y pesca.

Los espacios naturales protegidos y el turismo rural

La variedad y calidad de los paisajes andaluces, su fauna y flora, son activos

patrimoniales tan importantes como los históricos o artísticos que conjuntamente al clima y su gente forman parte indisoluble de su imagen merecedora de protección.

La preocupación por la conservación de estos valores y concretamente por sus paisajes y entorno natural fue el origen de la Agencia de Medio Ambiente como órgano autónomo competente en la materia (hoy Consejería de Medio Ambiente), con el que se promulgaron leyes para tal fin, destacando a nuestros intereses la Ley 2/89, de Inventario de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía. En ella se confirma y acentúa la política de protección de grandes espacios naturales bien conservados que ya existían (P.N. de las Sierras de Grazalema, Cazorla, Segura y las Villas, María, Cabo de Gata, Torcal de Antequera y Subbética, Paraje de las Marismas del Odiel, etc.), estableciendo un marco legal y ampliando la lista hasta valores próximos al 16% de la superficie de la comunidad andaluza, y que actualmente (2009) está en torno al 30,5% (Fig. 2).

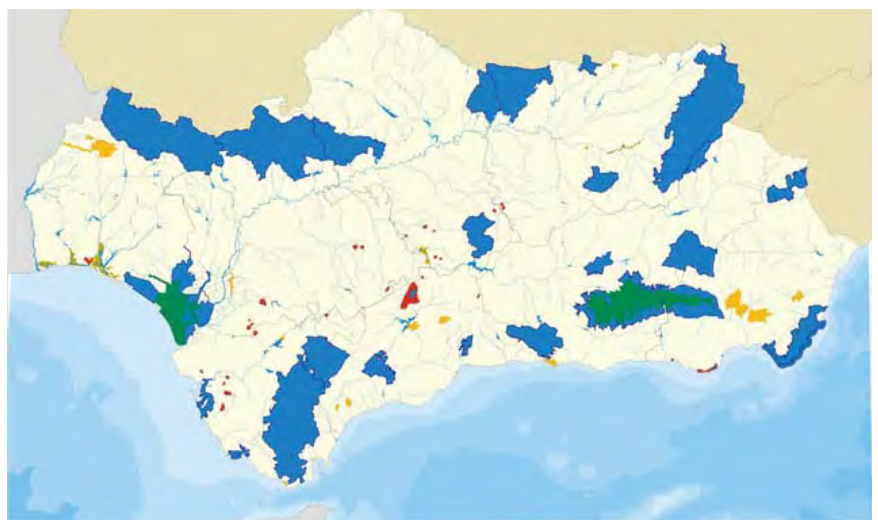


Figura 2. Plano de los Espacios Naturales Protegidos en Andalucía



Figura 3. Plano de Parques Naturales en Andalucía

Las motivaciones sociales ya tratadas, así como la nueva concepción del turismo, hacen que estos espacios sean lugares preferentes de la práctica del turismo rural, donde la esencia de su contenido se hace más profunda. En este contexto, juega un papel fundamental los Parques Naturales como figura determinada de protección, ya que es en ella donde se da cabida a las nuevas sensibilidades que aúnan la conservación con el desarrollo de forma indisoluble, dando lugar a un desarrollo ecológico, “verde” o “ecodesarrollo” (Fig. 3).

Como decía Suárez Japón en 1992 hablar de ecodesarrollo en Andalucía equivale, en estos momentos, a referirnos al Parque Natural como el ámbito idóneo para poner en práctica una nueva política ambiental capaz de dar soluciones globales a problemas locales. Los Parques Naturales son, sin duda, los auténticos laboratorios del ecodesarrollo. Ello es así por dos razones fundamentales:

- Primera, por la filosofía que actualmente impregna la gestión de los Espacios Naturales Protegidos, orientada al reencuentro del hombre con su medio natural.
- Segunda, por los propios rasgos diferenciales que caracterizan a estos territorios. Baste pensar que se trata de grandes superficies equiparables a comarcas enteras, cuyo buen estado de conservación contrasta con el estancamiento social y económico de sus poblaciones. Por otra parte, estas zonas son terrenos abonados para ensayar nuevas experiencias de planificación, ya que, para bien o para mal, han quedado al margen de las soluciones desarrollistas.

El Parque Natural ha ido tomando cuerpo como la figura de protección más abierta a la intervención hu-

mana. Más que proteger en el sentido clásico, lo que se intenta es facilitar la utilización racional de los recursos naturales al reinicio del despegue social, cultural y económico de las poblaciones afectadas. Es decir, nos encontramos ante un modelo global de gestión del territorio que pone el acento en el desarrollo de la sociedad.

El Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche y el turismo rural

El Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche abarca una superficie de 186.827 Ha. (el 30% de la superficie provincial) repartidas en 28 términos municipales al norte de la provincia de Huelva, que fue declarada como espacio natural protegido por la Ley 2/1989, de 18 de julio, por la que se aprueba el Inventario de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía y se establecen medidas adicionales para su protección. Hoy en día, conforme a lo dispuesto en el artículo 1 del Decreto 95/2003, de 8 de abril (BOJA núm. 79, de 28/04/2003), la Red de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía (RENPA) “se configura como un sistema integrado y unitario de todos los espacios naturales ubicados en el territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía que gocen de un régimen especial de protección en virtud de normativa autonómica, estatal y comunitaria o convenios y normativas internacionales” (Fig. 4, 5 y 6).

Justificar en conceptos la declaración de espacio natural protegido sería limitar mucho los aspectos de todo un conjunto de ecosistemas y simbiosis entre el hombre y la naturaleza merecedora de dicha declaración, porque no solamente es su paisaje, sino su gente, sus costumbres, su patrimonio, factores que desencadenaron su reconocimiento y que no dejan de reconocerse, como es su declaración de Zona de Especial Protección para las aves y de la Reserva de la Biosfera de Dehesas de Sierra Morena, formando parte de la red ecológica europea “Natura 2000”, relativa a la conservación de los hábitats naturales y de la fauna y flora silvestre, así como de la propuesta Andaluza a Lugares de Importancia Comunitaria y Zona de Especial Conservación.

Su potencial y atractivo son, por tanto, indiscutibles. Prueba de ello es el progresivo aumento de visitantes del que somos conscientes (con hasta 10.457 que han pasado por las instalaciones de uso público controladas en 2007 según datos ofrecidos por Egmasa).

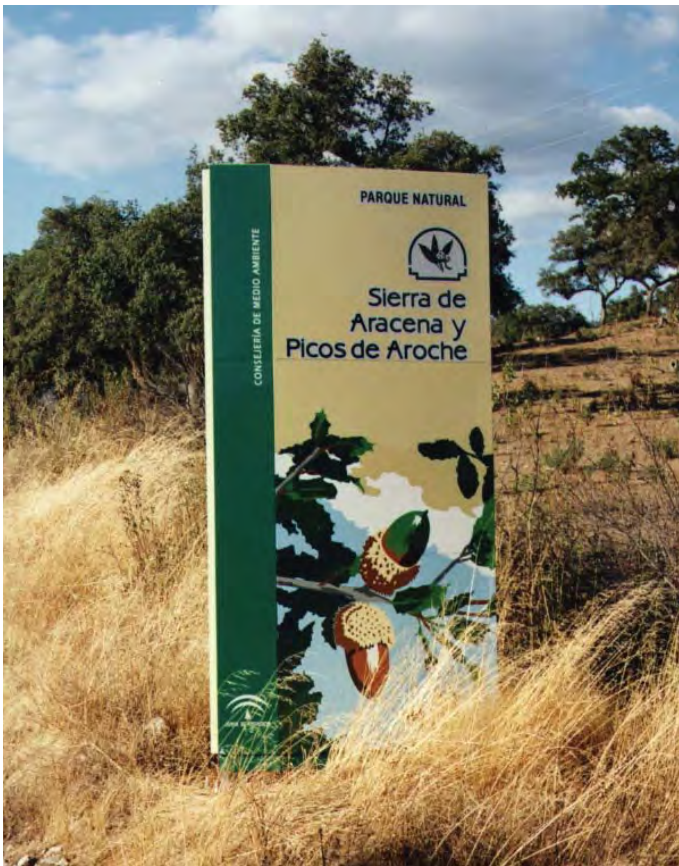


Figura 4. Panel principal indicación Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche



Figura 5.- Plano de localización del Parque

La demanda turística en el Parque

El diseño de una planificación turística requiere conocer las motivaciones y expectativas del visitante, permitiendo, junto con la oferta existente, marcar las estrategias de desarrollo compatibles con el sistema rural en el que nos movemos.

Así, a través de estudios específicos y encuestas en centros de información e interpretación, se ha constatado cómo las visitas al Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche (PNSAPA), aunque se producen durante todo el año, su número es más notorio en primavera y otoño, y en especialmente en fines de semana, festivos y épocas vacacionales, siendo el principal visitante procedente de la provincia de Sevilla, seguido de Huelva y con una edad media en torno a los 30 años.

Las visitas se realizan mayoritariamente en grupos familiares, seguidos de amigos y parejas, siendo prácticamente inexistentes las visitas organizadas por empresas especializadas.

El transporte utilizado es mayoritariamente el automóvil en el 91% de los casos, y los tiempos de estancia es de 1 día para cerca del 53 % de los turistas, seguidos de 3-4 días para el 30% de los casos, que en un 70% repiten visitas, atraídos en un 90% por el paisaje y entorno natural, seguidos de los que buscan la tranquilidad, la gastronomía y el disfrute del patrimonio.

El alojamiento, en su caso, es preferentemente la casa rural, en un 44% de los casos, seguido de la casa propia, si bien habría que matizar que según épocas la distribución es variable, como ocurre en las Navidades, en la que predomina la casa propia, o los hostales y alojamientos similares en Semana Santa.

Las comidas se realizan preferentemente en bares y restaurantes, estando acompañadas del grueso de la actividad en torno al paseo y observación del paisaje y patrimonio, con la adquisición de productos típicos.

Por el contrario, se pone en evidencia por los turistas la falta de señalización y accesos adecuados a sus intereses, la falta de información y otros servicios de complemento al alojamiento, (Fuente: datos de seguimiento de sugerencias en oficinas de información elaboradas por EGMASA)

Los recursos del Parque

Al analizar la oferta ofrecida por el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche, debemos entender que el sector turístico, motivado por atractivos naturales y culturales, ejerce su actividad en un entorno natural y urbano, de cuyos recursos dependerá la satisfacción de éste, en muchos casos no exentos de una adecuada interpretación. Por ello, todo cuanto afecta a dichos entornos determina en última instancia la calidad de la oferta y



Figura 6.- Plano de detalle del Parque

su idoneidad para satisfacer la demanda; es por eso que al hablar de los recursos del Parque no solamente nos centraremos en los recursos eminentemente turísticos, sino en aquellos parámetros especialmente definidores de su entorno natural, social y económico.

El producto turístico pues, está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo (Gurría Di-Bella, 2000), e integrado, por tanto, por un conjunto de componentes con una participación variada en función del éxito alcanzado (Cuadro 1)

- Los recursos naturales

El PNSAPA, físicamente hablando, presenta cierta heterogeneidad interna que, por otro lado, es el rasgo propio de una zona con cierta diversidad litológica, climática y, en consecuencia, vegetativa y faunística. No obstante, se puede definir como el encaje de los valles del Múrtigas y de la Ribera de Huelva entre las sierras del Noreste y la propia de Aracena, conformando una orografía diversa con una gran riqueza ecológica, donde su propia geología ofrece parajes de gran belleza plástica, como las Grutas de las Maravillas o la Peña de Arias

Montano.

Climáticamente, no obstante, sí se pueden definir dos zonas más o menos definidas; una central con rangos pluviométricos y termométricos propios de la influencia atlántica, y dos zonas periféricas; al Oeste y Este con valores algo más extremos y propios de climas más mediterráneos (mesomediterráneo). En todo caso, nos encontramos claramente con unas estaciones como el otoño y la primavera muy favorables a la práctica del turismo rural en todas sus variantes, quedando limitadas a determinados tipos de actividades en épocas invernales y veraniegas dada la radicalización de las temperaturas.

La vegetación, fruto de la simbiosis a lo largo de la historia entre el hombre y la naturaleza, está dominada en un 40% de su superficie por las dehesas de encinas y alcornoques (bosque esclerófilo mediterráneo), con restos puntuales del antiguo bosque de melojos que en gran parte de su territorio ha sido sustituido por el castaño (2,75% de la superficie del Parque), principalmente en el sector central del mismo.

También, y como consecuencia de la intervención humana, existen plantaciones de eucaliptos (4% de la superficie), así como aunque en menor grado, de pinos (3%

de la superficie), muy salpicado y entremezclado con el resto de la vegetación en la parte central, así como manchas monoespecíficas de matorral heliófilo invasor, normalmente en terrenos más degradados, muy distinto al matorral noble que permanece en muchas zonas resguardadas como vestigio del antiguo bosque mediterráneo.

El bosque ribereño sigue teniendo en tramos del Múrtigas y otros arroyos verdadera representación del antiguo bosque fluvial a base de alisedas, fresnos y sauces.

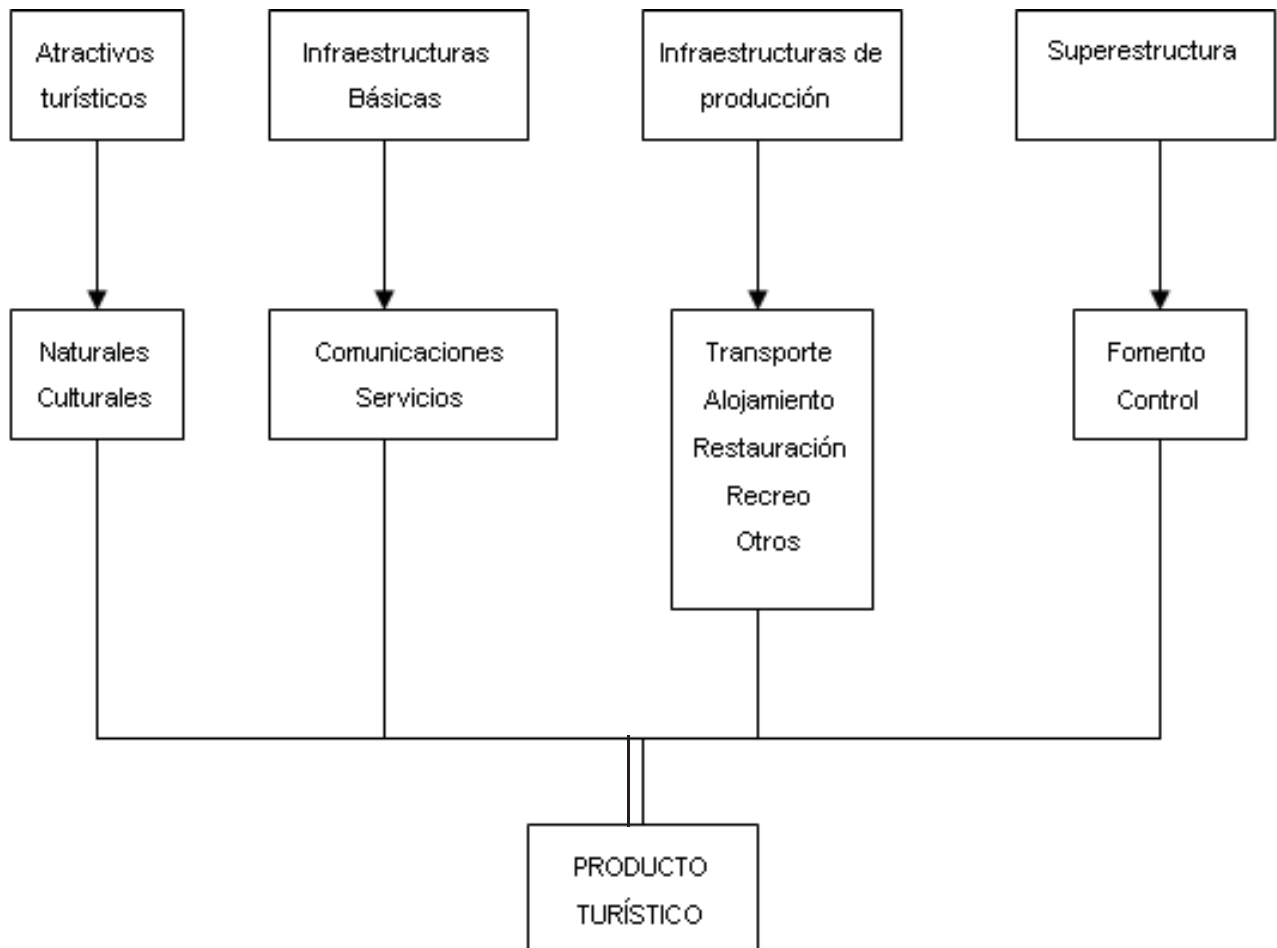
Por otro lado, la propia localización territorial del Parque en el contexto del sistema ibérico, así como sus ecosistemas y unidades ambientales, permiten la presencia de una gran variedad de especies silvestres de fauna, muchas de ellas amenazadas y protegidas que le

dotan de un valor singular, que va más allá cuando estas especies tienen la localización restringida a las áreas iberonorteafricanas en la que se encuentra el Parque.

Es pues significativa la riqueza natural de todo su espacio y la singularidad de parajes concretos de gran interés, belleza y potencial turístico, resultado de su diversidad natural.

- Recursos socioeconómicos

Históricamente la zona serrana, como muchas comunidades rurales españolas, ha sufrido un fuerte proceso de despoblamiento y envejecimiento, con el sector primario como fuente y motor principal de su sustento, que ha marcado el devenir de su sociedad y riqueza. No obstante, desde finales del siglo pasado ha habido en ciertos municipios una paralización de dicha regresión,



Cuadro 2.- Cuadro componentes producto turístico



Foto 7.- Industria corchera de la Sierra

con una estabilización e incluso un crecimiento de su población, así como, genéricamente, un mayor porcentaje de población activa en el sector servicios, con un leve incremento en los indicadores tipo de bienestar (consumo de electricidad, líneas de teléfono, vehículos...), presentando una situación global de nivel de paro similar a la media provincial. (Fig 7).

De todas formas, el peso principal de la economía serrana se apoya claramente en su medio natural, ya sea por las explotaciones agropecuarias existentes, con una economía fuertemente apoyada en el manejo del cerdo ibérico que ha permitido la implantación de numerosas industrias de transformación de sus productos, como del aprovechamiento directo y manufactura de su castañar o el corcho del alcornoque.

Fuera de la base no agraria existen actividades puntuales, una de las cuales, de especial significación como la explotación minera de Cala, ha dejado de ejercer su papel de motor económico. Es aquí donde el sector servicios, fuertemente apoyado por el resurgir de la industria turística, tiene que jugar un gran papel en la economía serrana; de hecho ya lo viene haciendo, principalmente en los núcleos de su sector central en torno a la Sierra de Aracena, con la puesta en valor de su medio natural y patrimonio.

- Recursos turísticos

Dentro de las estructuras dedicadas a la atención del turista, debemos considerar el conjunto de infraestructuras que directamente están relacionadas con la

actividad turística y, en concreto, aquellas más claramente asociadas a los recursos naturales y a la calidad del paisaje, como pueden ser las comunicaciones, el tratamiento de las aguas potables y residuales o la gestión de residuos urbanos, amén de la propia oferta cultural y patrimonial, con especial referencia al equipamiento de uso público y educación ambiental.

- Comunicaciones

El PNSAPA se localiza en la franja más occidental de Sierra Morena, al norte de la provincia de Huelva, limitando al Norte con la provincia de Badajoz, al Oeste con Portugal, al sur con las comarcas del Andévalo y Cuenca Minera, y al Este con la provincia de Sevilla. Esta posición, y su orografía, han hecho de dicho territorio uno de los espacios naturales andaluces peor comunicados por carretera; así, actualmente el Parque cuenta con tres vías principales de acceso: un eje central en la N-433 que recorre la sierra de Aracena de Este a Oeste hasta llegar al Rosal de la Frontera, y otro de igual entidad y perpendicular al anterior, la N-435 que conecta el sur de Extremadura con Huelva capital, siendo la tercera vía la N-630 Sevilla-Mérida, que tangencialmente cruza el parque por el término municipal de Santa Olalla de Cala.

Por otro lado, existe una extensa red de comunicaciones secundarias en estado desigual, siendo en general muy superior la densidad de vías por Km² en torno al eje central, donde igualmente se localiza el grueso de la población. Esta red se hace aún mucho más importante considerando los caminos rurales y vías pecuarias, estas últimas actualmente en fase de clasificación y deslinde, vestigio de las necesidades históricas, con grandes posibilidades de uso público.

Por último, referir la vía de comunicación ferroviaria de Huelva-Zafra, que atraviesa el Parque de sur a norte por su parte central y que a duras penas sobrevive en el contexto de su rentabilidad económica; cuenta con unas posibilidades intactas de comunicación y desarrollo turístico, aunque no exenta de importantes inversiones.

- Tratamiento de aguas

Hoy por hoy parece garantizado el suministro de agua potable en todos los términos municipales. No obstante, las carencias en las infraestructuras provocan ciertos problemas en épocas de sequía, todo ello a pesar de la riqueza de los acuíferos cársticos de la zona.

En lo que respecta a las aguas residuales, si bien se cuenta con una infraestructura más o menos adecuada para posibilitar un tratamiento secundario o primario según los municipios, la ausencia de puesta en marcha de las instalaciones bajo la motivación económica o de

una voluntad verdadera de acometer la adecuada gestión de la infraestructura al coste necesario para todos, provoca que se siga vertiendo a los arroyos y cauces secanos con la consiguiente degradación del medio y los efectos negativos de cara a una puesta en valor de los recursos naturales hacia el turismo rural.

- Gestión de residuos urbanos

La gestión de los residuos urbanos de carácter domiciliario se lleva a cabo mediante mancomunidades en las que se engloban las poblaciones locales. Dichas mancomunidades estaban inicialmente encargadas de la recogida y gestión de los residuos urbanos y asimilables de carácter doméstico con su depósito en vertederos "controlados" situados en los términos municipales de Cumbres de San Bartolomé, Linares de la Sierra y Cala, sin embargo, en el último decenio, dichos vertederos han sido clausurados, quedando en responsabilidad de las mancomunidades la recogida de los residuos y su transferencia hacia plantas de tratamiento y reciclaje con vertedero de apoyo en Tharsis y Villarrasa.

Actualmente sólo está en funcionamiento la planta de transferencia de Linares localizada en lo que anteriormente fue el vertedero controlado.

En cuanto a la gestión de residuos de obras y construcción, la falta de gestión es la tónica, con la presencia de depósitos incontrolados a lo largo de todo el territorio, sin que por parte de las administraciones competentes (Ayuntamientos, Diputación Provincial y Consejería

de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía) se tomen medidas definitivas para su desaparición.

- Patrimonio histórico-artístico

La localización del Parque y sus riquezas naturales ha conllevado que a lo largo de la historia haya sido objeto de importantes asentamientos humanos que han ido dejando huella de su paso y que han definido la cultura y riqueza patrimonial de este enclave (Fig 8), más o menos conservada hasta nuestros días gracias a la propia coexistencia de este espacio natural. Este patrimonio viene siendo objeto de un merecido reconocimiento mediante la correspondiente declaración de interés cultural; así, municipios como Alájar, Almonaster la Real, Aracena, Aroche, Cala, Cañaveral de León, Castaño del Robledo, Corteconcepción, Cortelazor, Cumbre Mayores, Fuenteheridos, Galaroza, Higuera de la Sierra, Los Marines, Puerto Moral, Santa Olalla del Cala, Valdelarco o Zufre, cuentan con un conjunto de bienes donde castillos, iglesias, ermitas, casas-palacios, yacimientos arqueológicos, conjuntos arquitectónicos y otras huellas patrimoniales conforman una red bastante extensa y rica en constante revalorización, que, sin embargo, no es correspondida con la atención de un turismo cultural constantemente demandado.

En este mismo capítulo podemos referenciar como parte del patrimonio cultural sus tradiciones y su artesanía, mantenidas a lo largo del tiempo y que, por el contrario, son un verdadero reclamo para el turista.

| MANCOMUNIDAD RIVERA DE HUELVA | MANCOMUNIDAD SIERRA OCCIDENTAL | MANCOMUNIDAD SIERRA MINERA |
|----------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| Alájar. | Almonaster la Real. | Arroyomolinos de León. |
| Aracena. | Aroche. | Cala. |
| Corteconcepción. | Castaño del Robledo. | Cañaveral de León. |
| Cortelazor. | Cortésana. | Hinojales. |
| Fuenteheridos. | Cumbres de Enmedio. | Santa Olalla del Cala. |
| Galaroza. | Cumbres de San Bartolomé. | |
| Higuera de la Sierra. | Cumbres Mayores. | |
| Linares de la Sierra. | Encinasola. | |
| Los Marines. | Jabugo. | |
| Puerto Moral. | La Nava. | |
| Valdelarco. | Santa Ana la Real. | |
| Zufre. | | |

Cuadro 3. Poblaciones agrupadas por mancomunidades para la gestión de R.S.U. Fuente: Diputación Provincial de Huelva

| TIPO INSTALACIÓN | NOMBRE | MUNICIPIO | DOTACIÓN |
|----------------------|-----------------------------|-----------------------|---|
| Área recreativa | Alto del Búho | Arroyomolinos de León | Mesas, bancos, barbacoas |
| Área recreativa | Cola del embalse de Aracena | Aracena | Mesas, bancos, barbacoas |
| Área recreativa | Presa de Aracena | Aracena | Mesas, bancos, barbacoas |
| Área recreativa | Arroyo de Cortelazor | Cortelazor | Mesas, bancos, barbacoas |
| Área recreativa | Dehesa Tres encinas | Cala | Mesas, bancos, barbacoa y parque infantil |
| Área recreativa | Capilla del Cristo | Castaño del Robledo | Mesas, bancos, barbacoas |
| Área recreativa | El Talenque | Galaroza | Mesas, bancos, kiosko-bar |
| Área recreativa | La Cantera | Puerto Moral | Mesas, bancos, barbacoas |
| Centro de visitantes | Cabildo viejo | Aracena | Área de recepción e información, salas de exposiciones, área de interpretación, panel interactivo, tienda |
| Mirador | Ribera de Alájar | Alájar | Panel informativo |
| Mirador | Peña Arias Montano | Alájar | Plataforma con barandilla |
| Mirador | Puerto de Alájar | Alájar | Plataforma con barandilla y panel informativo |
| Mirador | Embalse de Aracena | Puerto Moral | Plataforma con barandilla |
| Mirador | Cerro de S. Cristóbal Norte | Almonaster la Real | Plataforma con barandilla |
| Mirador | Cerro de S. Cristóbal Sur | Almonaster la Real | Plataforma con barandilla |
| Mirador | El Castañuelo | Aracena | Plataforma con barandilla |
| Mirador | Alto del Búho | Arroyomolinos de León | Plataforma con barandilla |
| Mirador | Puerto Alto | Hinojales | Plataforma con barandilla |
| Punto de información | Almonaster la Real | Almonaster la Real | Área recepción, salas de exposición, área de interpretación, panel interactivo, tienda |
| Punto de información | Castillo de Aroche | Aroche | Área recepción, salas de exposición, área de interpretación, panel interactivo, tienda |
| Punto de información | Castillo de Cortegana | Cortegana | Área recepción, salas de exposición, área de interpretación, panel interactivo, tienda |
| Punto de información | Cumbres Mayores | Cumbres Mayores | Área recepción, salas de exposición, área de interpretación, panel interactivo, tienda |

Cuadro 4. Tipología de instalaciones en el PNSAPA. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía)



Figura 8. Castillo e iglesia de Aracena



Figura 9.- Centro de recepción e interpretación Cabildo Viejo

- Uso público

La puesta en valor de los recursos naturales, culturales y patrimoniales pasa por dar a conocer a los visitantes dichos recursos y facilitar las vías que permitan su observación, disfrute e interpretación; en ello las instalaciones y equipamientos de uso público juegan un papel fundamental, las cuales, enmarcadas bajo un sustento institucional, facilitan al turista el contacto con y el conocimiento del medio rural, siendo un complemento indiscutible a las inactivas privadas en el contexto de una planificación turística sostenible.

En el PNSAPA la tipología de instalaciones y equipamientos de uso público existente es variada, si bien su localización parece algo arbitraria y centralizada en torno al eje de la N-433, pudiéndose desarrollar otras infraestructuras de apoyo inexistentes.

Las posibilidades de equipamientos institucionales de uso público son las mostradas en el cuadro 5.

A. Análisis de las debilidades y potencialidades del Parque (DAFO)

Recurriendo a un análisis DAFO (palabra nemotécnica que corresponde a las iniciales de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades), se va plasmar a continuación la síntesis de lo que sería un análisis estratégico que permita establecer las prioridades en cuanto a necesidades de actuación en el Parque, a partir de la comprensión de la situación actual del mismo y de su evolución previsible.

| Grandes tipos de instalaciones | Tipos concretos de instalaciones | | |
|---|---|---|--|
| Equipamientos de acogida, información y educación ambiental | Centro de visitantes | | |
| | Centro de información | | |
| | Punto de información | | |
| | Centro de interés etnológico, ecomuseo | | |
| | Aulas de naturaleza | | |
| Equipamientos de alojamiento | Otros (mirador, Observatorio, jardín botánico, parque cinegético) | | |
| | Albergue | | |
| | Refugio base | | |
| | Refugio vivac | | |
| | Camping | | |
| Equipamientos recreativos | Área de acampada | | |
| | Campamento juvenil | | |
| Equipamientos de gestión, conservación e investigación | Área recreativa | | |
| | Ecosenda o itinerario señalizado | | |
| Señalización | Normalizada | Perimetral | |
| | Informativas e interpretativas | Comunitaria | |
| | | DIRECCIONALES: Lugares de interés dentro del Parque. Localidades fuera del Parque. | |
| | | LOCALIZACIÓN: Entrada al Parque. Equipamientos. Miradores. Triedros. RECOMENDACIÓN DE USO: Equipamientos recreativos. | |

Cuadro 5. Equipamientos. Fuente: Elaboración propia

| DEBILIDADES | AMENAZAS |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Hay suficientes recursos turísticos pero falta la potenciación como producto. • Reducida puesta en valor de la riqueza cultural. • Escaso apoyo y promoción del turismo cultural. • Ciertas deficiencias en las comunicaciones. • Tendencia de la población al envejecimiento. • Baja cualificación de la población en general. • Mejora del tratamiento adecuado de aguas residuales y mejora en la infraestructura de abastecimiento de agua potable. • Regulación y control de los alojamientos rurales. • Falta la diversificación de la oferta existente. • Concentración de la oferta. • Ausencia de acción integrada de promoción turística en el Parque. | <ul style="list-style-type: none"> • Falta de concienciación sobre el autoempleo. • Barreras de distinta índole emprendedora. Formativas, financieras... • Falta de atención de las Administraciones públicas. • Existencia en gran medida de economía turística sumergida. • Deterioro del medio ambiente. • Ausencia de visión estratégica del sector. |
| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
| <ul style="list-style-type: none"> • Su riqueza natural, cultural y social. • El potencial de sus escenarios naturales. • Gran nivel de satisfacción del turista. • Gran valor social de la población. • Potencialidades para actividades de ocio, turismo rural y cultural, rutas de interés medioambiental, paisajístico e histórico. • Artesanía autóctona. • Gastronomía interesante. | <ul style="list-style-type: none"> • La demanda del medio autóctono por el turista. • Estabilidad económica y política. • Su paisaje y proximidad relativa a capitales de provincia. • Conciencia de determinadas Administraciones de la importancia del desarrollo rural y local. • Política de ayuda preferente a nivel europeo. • Futura puesta en marcha de autovías en su entorno. • Elaboración de Normas Subsidiarias de Ordenación Urbana en sus municipios. |

Cuadro 6. Matriz DAFO del PNSAPA. Elaboración propia.

Turismo sostenible

La sostenibilidad, como desarrollo de recursos y filosofía de gestión está cada vez más presente en las políticas y prácticas vinculadas al medio natural. En este sentido, el turismo no es ajeno a ella; así, la sostenibilidad del recurso turístico, y en consecuencia la garantía de su continuidad, pasa necesariamente por el uso y disfrute continuado de los recursos y la necesidad imperiosa de su protección.

La búsqueda de un turismo sostenible como modelo de desarrollo de la actividad turística de calidad ambiental debe partir de los principios básicos asociados al concepto de sostenibilidad:

- Planificación. Debe planificarse adecuadamente la estrategia turística mediante el análisis de la oferta y la demanda y las variables intervinientes, tanto sociales como económicas y ambientales.
- Integración y participación. Debe fortalecerse la integridad local y la participación activa de los agentes locales.
- Dimensionado. Ha de estar dimensionado de forma adecuada en el tiempo y en el espacio (temporalidad y saturación).
- Durabilidad. Es un turismo a mediano-largo plazo.
- Viabilidad. Debe entenderse en su fondo el bienestar de la comunidad local y la preservación de los valores naturales y culturales paralelos a la viabilidad económica.

Es pues necesario sentar las bases no para el desarrollo de un turismo soportado en el beneficio económico a corto plazo, sino que, consciente de la motivación principal del turista, sea capaz de conseguir un manejo óptimo del medio ambiente sin renunciar al beneficio del desarrollo económico, manteniendo la oferta de servicios y la calidad de la misma. Se trata de vender y explotar los recursos turísticos en el presente y en el futuro a condición de cuidar y de preservar los valores que persigue dicho turismo.

La Organización Mundial de Turismo llama la atención sobre los siguientes aspectos a considerar para lograr el turismo sostenible:

- Protección del lugar.
- Control de ecosistemas críticos.
- Intensividad del uso.
- Impacto social.
- Control del desarrollo.
- Gestión de residuos y del agua.
- Planificación regional y local.
- Control de la satisfacción del consumidor y de la población local.
- Contribución a la economía local.

Algunas medidas institucionales

El apoyo y fomento de un desarrollo sostenible en los Parques Naturales andaluces como territorios vivos y dinámicos se traduce administrativamente en medidas que favorecen la permanencia y la calidad de vida de las poblaciones. En esta línea nace la marca "Parque Natural de Andalucía", con dos objetivos básicos: (Fig. 10)

1.-Reforzar la identidad del territorio mediante apoyo a las iniciativas empresariales locales y, por tanto, a la creación de una economía endógena.

2.-Ofrecer al turista productos y servicios diferenciados, asociados a los valores medioambientales de los Parques y que potencien la imagen de un producto natural, artesanal y auténtico.

Bajo esta premisa, los sectores a los que se dirigen los objetivos son: los productos naturales (corcho, miel, conservas, maderas.), los productos artesanos (licores, chacinas, muebles, tejidos,...) y los productos turísticos (casas rurales, establecimientos de restauración, otros alojamientos,...).



Figura 10.- Anagrama marca Parque Natural

La adhesión de los interesados a esta iniciativa requiere del cumplimiento de una serie de condicionantes reflejados en la Orden de 1 de agosto de 2001, por la que se regula el régimen jurídico y el procedimiento de concesión de licencia de uso de la marca Parque Natural de Andalucía (BOJA nº 99 de 28 de agosto de 2001).

Otras de las iniciativas encaminadas de forma específica a la mejora continua de la calidad de los servicios y productos turísticos es el Sistema de Calidad Turística, cuyo objetivo sería la implantación de la marca Calidad Turística Española (Q) con su respectiva imagen, incentivando el desarrollo de herramientas de gestión empresarial que mejoren el atractivo para el consumidor y sean coherentes con al gestión del espacio natural; así, su implantación abarca sectores tan variados como el de la restauración, casas rurales, camping, hoteles y apartamentos, etc...

Actualmente, este proyecto está en constante evolución y dentro del programa estratégico de la Secretaría

General de Turismo plasmado en el documento conocido como Plan Integral de Calidad del Turismo Español.

Otras iniciativas y programas como los Planes de Desarrollo Regionales apoyados con fondos comunitarios, como la Iniciativa Comunitaria LEADER o el Programa Operativo de Desarrollo Rural (PRODER), permiten desarrollar e incentivar modelos de desarrollo turístico sostenibles acordes con el nuevo papel del medio rural.

Conclusiones

La actividad turística, en una de sus facetas, la rural, no debe hacer creer que esté limitada sólo al medio natural, ya que sería un error pensar que teniendo una naturaleza privilegiada se tienen todas las garantías de persistencia y evolución positiva de dicho turismo, y que éste se mueve realmente en un entorno rural, donde están íntimamente imbricados su medio natural y urbano, como es el caso del Parque natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche. Por ello, es necesario entender que tan importante es la conservación de los recursos naturales y la situación de los servicios inherentes a éstos, como el medio urbano e infraestructuras que demanda el turista en el contexto de un disfrute global de su estancia. A partir de aquí son muchas las reflexiones y autocríticas que caben en el contexto del análisis efectuado. Se tienen los recursos básicos y la demanda, por lo que sólo es cuestión de planificar y estructurar la oferta y atender e informar a la demanda.

No se debe desaprovechar la oportunidad económica que supone el ejercicio del turismo rural en comarcas como la descrita, confirmando su situación actual como sector estratégico en la economía andaluza y que de forma más palpable se asocia con mayor orientación hacia el conocimiento cultural y bienestar ambiental. No obstante, la falta de estrategias de desarrollos turísticos a nivel comarcal puede provocar una desaceleración del proceso y un grave riesgo de incurrir en errores antagónicos con el adecuado fin y destino de la economía rural.

Se observan iniciativas privadas que en muchos casos se limitan a atender la demanda allí donde está consolidada, no provocando la diversificación de ésta y concentrando la oferta, la cual, por otro lado, corre el riesgo de simplificarse ofreciendo únicamente alojamiento y comida, siendo necesaria la aparición de otras que den sentido a la estancia y atiendan a la demanda potencial. Por el contrario, es escasa la participación pública, limitada a líneas de ayudas para el sector privado y actuaciones concretas sin planificación aparente. Es necesario, pues, que se promueva una adecuada articulación entre el sector público y el privado para garantizar el desarrollo de la actividad y, por ende, la dinamización

de la economía de las poblaciones del Parque, siempre en el marco de la sostenibilidad que requiere el desarrollo perseguido con la protección del espacio y la conservación de sus riquezas culturales y patrimoniales.

No debemos desaprovechar la riqueza natural, cultural y social del Parque y su figura de protección, que constituye un verdadero reforzamiento de su posición para poder dirigirse a sectores de demanda sensibles al entorno natural y aprovechar una gran oportunidad para el desarrollo de su población.

Bibliografía

- Aguilar, L.; Cabezas, M.A. y González Vicente, A.
1993 "Capacidad de acogida de itinerarios de parques naturales, comportamiento y actitud del visitante". Dpto. Biología Vegetal y Ecología, Universidad de Sevilla.
- Blanco, R. y Benayas, J.
1994 "El turismo en los espacios". Asociación Española de Ecología Terrestre. Ecosistemas, nº 11, pp. 54-58.
- Buendía, J. y Colino J.
2001 "Turismo y medio ambiente". Cívitas. Madrid.
- Canto Fresno, C.
1992 "Desarrollo Rural. Ejemplos europeos". Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Madrid.
- Crosby, A.
1993 "El desarrollo turístico sostenible en el medio rural". Centro Europeo de Formación Ambiental (CEFAT), Madrid.
- Fajardo De La Fuente, A. y Tarín Alcalá-Zamora, A.
1998 "Sierra de Aracena y Picos de Aroche-Guía. La Sierra pueblo a pueblo".
- Franco Ruiz, A.
1994 "Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche. Naturaleza e Historia". Diteg, S.A., Sevilla.
- Fuentes García, R.
1995 "Análisis de las características del turismo rural en España". Revista de Estudios Turísticos, nº 122, 19-52pp.
- Gurria Di Bella, M.
2000 "Introducción al turismo". Ed. Trillas. México Instituto De Estudios Turísticos (IET)
- 1997 "Turismo y desarrollo sostenible. Aproximación conceptual y documental". Instituto de Estudios Turísticos. Madrid.
- Junta de Andalucía
1992 "Estudio sociológico sobre los parques naturales de Andalucía". Medio Ambiente, nº 17, pp. 18-19. Consejería de Cultura y Medio Ambiente. Junta de Andalucía.

Marchena, M.

1992 "Ocio y turismo en los parques naturales: la explotación del recurso turístico". Agencia de Medio Ambiente, Consejería de Cultura y Medio Ambiente, Junta de Andalucía. 1993.

Suárez Japón, J.M.

1992. "Conferencia de Río. ¿Hacia un nuevo modelo de desarrollo?" Conferencia en la UIMP. Sevilla

VV.AA.

1997 "Los pueblos de Huelva". Huelva Información. Huelva

VV.AA.

1999 "Artes, costumbres y riquezas de la provincia de Huelva". Huelva Información. Huelva

VV.AA.

Jornadas del Patrimonio de la Sierra de Huelva. Publicadas: IV Jabugo (1989), V Almonaster la Real (1990), IX Santa Olalla del Cala (1994), X Galaroza (1995) y XI Encinasola (1996). Diputación Provincial de Huelva.

Recibido: 05/06/10
Reenviado: 22/02/11
Aceptado: 27/02/11
Sometido a evaluación por pares anónimos

Tomate vacaciones cada vez que necesites.

www.uruguaynatural.com
www.uruguaynatural.tv

INGRESAR - REGISTRARSE

UruguayNatural.tv

MVD

- 14:20 Al aire lib...
- 15:00 Áreas prot...
- 15:30 Especial E...
- 16:10 Revista UNT...
- 16:40 Montevideo...

00:25 05:31

PAUSA enviar por email compartir MENU

CAMPO PLAYAS DEPORTES

Premio Ulises 2011 - OMT | Premio especial del Jurado | www.uruguaynatural.tv | Madrid, España



uruguaynatural.tv

El primer canal on line de turismo.
Para disfrutar Uruguay las 24 horas, los 365 días del año.

Turismo, información, cambio climático: el caso del Parque Nacional Volcan Poas, Costa Rica

Juan Antonio Aguirre Gonzálezⁱ

Universidad Latina de Costa Rica (Costa Rica)

Resumen: El cambio climático es el tema ambiental más importante de este siglo. El estudio se condujo entre 2008/2009 y el trabajo de campo durante los meses de abril y mayo del 2008, cuando un total de 996 visitantes fueron entrevistados en el Parque Nacional, Volcán Poas Costa Rica, en relación a sus actitudes hacia el cambio del clima y sobre, cómo y donde ellos consiguen su información en el tema. Los visitantes del parque que se entrevistaron promedian entre 30 a 50 años de edad, (CR 31, USA 40 EU 33), 48% son hombres y 52% mujeres, 80% arribo formando parte de grupos, entre 20 and 40% poseía una educación universitaria de esos 3.8% poseía post grados y 14% de esos post grados eran doctorados. Los ingresos medios para los locales estuvieron entre 1000 y 2000 (1071 CR) dólares mes, y para los norteamericanos entre 4000 y 6000 (5137 EUA) dólares mes y los europeos entre 1000 y 4000 (3305 EU) La importancia del cambio del clima como problema hoy en una escala de 0 a 5, en ambos estuvo en 2 y en cincuenta años, en 4. Los europeos y norteamericanos indicaron que la deforestación es la principal causa del cambio climático, seguido por las emisiones de autos. Los costarricenses obtuvieron su información sobre el cambio climático en la televisión y los norteamericanos en la televisión, revistas populares e internet. En un tema con una “aceptación” indudablemente complicada debido a lo que puede significar para la persona común, la claridad y la sencillez, fueron dos comentarios que ocuparon un lugar preeminente, cuándo comentarios adicionales, fueron solicitados en relación con la información que ellos recibían y necesitaban para entender el tema.

Palabras clave: Cambio climático; Medios de comunicación; Costa Rica; Visitantes; Parques nacionales.

Title: Tourism, information, climate change: the case of the Poas Volcano National Park, Costa Rica

Abstract: Climate change is the most important environmental issue of this century. The study was conducted analyzed a completed in 2008/2009, the field work was conducted during the months of April and May 2008, when, 996 visitors were interviewed in Volcan Poas National Park, Costa Rica, in relation to their attitudes toward climate change with, how and where they get their information on the topic. The park visitors interviewed average between 30 to 50 years in age(CR 31, USA 40 EU 33) , 48% male and 52% females, 80% came in groups, between 20 and 40% had a university education of those (CR 17, USA 35 EU 40) ,3.8% had post graduate degrees and 14% with doctorate degrees of the 3.8%. The average income for locals was between 1500 and 2000 dollars a month, and for American between 4000 and 6000 dollars a month. The importance of climate change today in a scale of 0 to 5, in both groups Americans and Europeans between 1000 and 4000(3305 EU).Costarricans gave an importance of 2 today and in fifty years, an importance of 4.The two groups indicated that deforestation was the main cause, followed by cars emissions. Costarricans obtained their information on climate change in television and Americans responded on television, popular magazines and internet. In a topic with an unquestionable “acceptance” the problem due to what it may mean for the average person, clarity and simplicity, where two comments that came to the forefront, when additional comments, were requested in relation with the information they were receiving.

Keywords: Climate change; Media; Information; Costa Rica; National Parks visitors.

ⁱ Ph.D. Profesor/Investigador. Escuelas de Administración de Negocios y Hospitalidad. Universidad Latina de Costa Rica (Campus de Heredia). Laureate International Universities. E-mail: picoaguirre@gmail.com

Introducción

Se debe entender que el clima es y ha sido, el elemento natural que ha definido los parques, y hoy ese mismo elemento por la vía del cambio climático, el que redefine, el futuro de los parques nacionales del planeta y su manejo frente a la crisis ambiental del planeta. Es por eso que conocer las características socio demográficas y sus percepciones frente al cambio climático fue considerado un paso esencial en el desarrollo de una estrategia exitosa de manejo del cambio climático en el parque nacional Volcán Poas, el más visitado del país a la fecha.

Los problemas derivados del cambio climático, ya comienzan a sentirse en muchos parques y si los parques pierden los atractivos, que los hacen particularmente importantes como lugar de visitación, el efecto de “bola de nieve” en el parque y las comunidades vecinas podría ser muy complicado. Es por eso que se planeó y ejecutó esta encuesta cuyo propósito final es brindar a la administración del PNVP elementos de juicio, sobre el tipo de información, donde la obtienen y como esta podría estar influenciando los juicios y actitudes de los visitantes al parque frente al problema, para incorporar, al proceso de planificación de corto, mediano y largo plazo, estrategias, del PNVP y a su manejo acciones y recursos para iniciar, los procesos de mitigación y adaptación del parque al problema del cambio climático.

Objetivos del Estudio.

Los objetivos del estudio fueron los siguientes

- 1.- Conocer las características socio-demográficas y percepciones de los visitantes locales y extranjeros y como estas afectan las actitudes de estos, el problema del cambio climático.
- 2.- Precisar las fuentes de información que utilizan los visitantes al Parque Nacional Volcán Poas, para familiarizarse con el problema del cambio climático.
- 3.- Conocer si existe alguna diferencia entre la percepción de la agudeza del problema en la actualidad y en el futuro previsible y que podría estar generando, la brecha en la visión de urgencia y si esta se relaciona con la fuentes de información usadas.
- 4.- Precisar si los visitantes al PNVP piensan que el parque tiene un papel como fuente de información en el tema,
- 5.- Brindar elementos de juicio a la administración del PNVP para apoyar la incorporación de la temática asociada al cambio climático en los procesos de planificación del parque.

Hipótesis del Estudio.

La hipótesis fue:

- H1.-Las fuentes de información “populares”, televisión e inter-

net son las que influyen, las actitudes, conocimientos y percepciones del problema del cambio climático.

Marco teórico.

Según un estudio psicológico que trató de valorar las percepciones sobre el cambio de clima en el turismo, los impactos negativos del cambio climático no pueden ser corregidos fácilmente creando facilidades o programas adicionales para atraer turismo: si la principal atracción natural pierde o se reduce su atractivo. El deseo general de viajar a un destino dado, pareciera que no puede ser aumentado, mediante respuestas significativas de la industria (Braun et al, 1999).

Las opiniones concuerdan que el cambio climático traerá gran beneficios al Reino Unido y otros países climáticamente más frescos (Agnew et al, 2006). Se ha sugerido que el turismo en climas templados quizás se duplique y que el turismo a países tropicales podría verse reducido a la mitad (Bigano et al, 2006). El cambio climático también dará serios problemas para el turismo de invierno, al acortarse el invierno y la cantidad y calidad de nieve caída (Kromp et al, 2007). Por lo tanto, cambio climático causará inviernos más cortos con turismo de invierno disminuido y veranos más largos con aumentos en el turismo (Beniston, 2001).

Desafortunadamente, “el estrés hídrico” ha sido pronosticado que podría afectar en alguna manera a más 5 mil millones de personas para el año 2015. El problema de la morbilidad por diarrea puede ver un aumento en algunas áreas, generando urgentes necesidades para el desarrollo de infraestructura y medidas capaces de adaptación al cambio climático. (Armstrong et al 2007).

Por otra parte ciertas enfermedades comienzan a ser reportadas a elevaciones más altas de lo normal por la sobrevivencia de los patógenos. Probablemente la evidencia más indicativa de calentamiento en la región de montaña es la retirada de glaciares de cumbre en Argentina, Perú, Alaska, Islandia, Noruega, los Alpes, Kenia, entre otros países. Esta desaparición tendrá un impacto muy importante en los suministros regionales de agua (Epstein, 2001).

En Canadá y EEUU los sistemas de parques nacionales han dado a la luz pública importantes informes sobre nuevas estrategias de gestión para los nuevos desafíos que el cambio climático impone a los parques nacionales en ambos países. Los parques nacionales son una pieza esencial del manejo del cambio climático, ya que en ellos contienen espacio naturales relativamente prístino y esto les da la capacidad de ser un recurso esencial para vigilar los efectos de cambio de clima (Scott y Barajar, 2000, Hoffman y Mielbrecht, 2007).

Los cambios en los patrones de visitación tendrán un

fuerte impacto en la industria turística de las comunidades y negocios ubicados en la entrada y periferia de muchos parques alrededor de los Estados Unidos, cambiando la relaciones económicas de muchas de las mismas comunidades que hoy prosperan por causa de los visitantes a los parques (Scott y Shuffling, 2000).

Un sondeo mundial de la BBC de Londres reciente, encontró que hay un consenso global en tomar medidas sobre el cambio del clima. El estudio reunió opiniones y percepciones de 22.000 personas en 21 países, desarrollado y los países en desarrollo. Parte de los países que participan fueron: EEUU, Canadá, México, Brasil, Gran Bretaña, Francia, y China entre otros. El estudio encontró que una mayoría (79%) de las personas en todos los países dice que: “actividad humana, incluyendo la industria y el transporte, son causas significativas del cambio climático”. Los países con los porcentajes más altos que favorecieron tomar medidas importantes para reducir los cambio del clima fueron en Europa: España (91%), Italia (86%), y Francia (85%). Sin embargo, países latinoamericanos como México, Chile, y Brasil también presentaron una importante mayoría que favoreció acciones significativas contra el cambio climático. El estudio mostro que comparado con Canadá y Europa la preocupación por el cambio climático en Estados Unidos es relativamente baja (Bord et Al 1998).

Varios investigadores que han sondeado a individuos sobre el cambio climático han encontrado que este es percibido generalmente como un asunto secundario a otros problemas domésticos. Lorenzoni et al, lo describen en un estudio así, “Aunque es importante, con respecto a otros asuntos domésticos en las vidas de personas, pareciera no ocupar un lugar tan importante”. En esencia, las personas están más preocupadas con los asuntos domésticos inmediatos, que le afectan personalmente, como terrorismo o estabilidad económica, antes que la amenaza que el cambio de temperatura tiene sobre el ambiente. Además, cambio de clima es percibido y pensado como un asunto de “backburner”: uno que es prevaleciente, pero no en el futuro inmediato, quizás en el muy largo plazo. (Lorenzoni et al 2006).

El problema de los investigadores parece ser la dificultad que encuentran los estudios de cambio climático en la medición de las percepciones y el hecho que los conocimientos verdaderos sobre el tema son difíciles de medir a causa de la gran variedad de variables involucradas. Además la cobertura mediática dedicada al tema, suele originarse muchas veces en informantes indirectos, o las experiencias personales con tema y como estas afectan cuán preocupado o amenazado se siente una persona por el cambio climático La combinación de conocimiento del tema del cambios del clima y el con-

texto geográfico, de cada persona, hacen que el determinar una percepción general común sea casi imposible. (Krosnick et al 2006).

Los investigadores también han encontrado que el cambio climático es entendido generalmente por el público mal, por ser un tema muy complejo, lo que hace que muchos individuos confundan los efectos del calentamiento climático con otros tipos de agotamiento ambiental, por ejemplo los problemas con la reducción de la capa de ozono. Lo anterior puede tender a exagerar el resultado negativo y la preocupación acerca del cambio climático en términos de amenaza, o puede lograr que las personas reaccionen en una forma de escepticismo marcado al cambio climático y los efectos que sobre el plantea, o que simplemente ante la imposibilidad percibida o sentida de poder hacer realmente algo que este a su alcance, para corregir el problema entren en una especie de “remisión psicológica” que se convierte en escudo protector negando así la peligrosidad del problema. (Bord et al 1998).

Metodología.

La teoría de la brecha, que hemos utilizado tiene su base en la teoría de la brecha, desarrollada en los análisis de satisfacción que fue desarrollada en 1985 (Parasuraman et al, 1985; Leminen, 2002). La diferencia entre T_o y T_n (brecha T_d), donde T_o es lo que conocen y perciben hoy y T_n lo que conocen y perciben dentro de 50 años o sea que $T_d = T_n - T_o$ y esta fue elegida como la variable dependiente, que creaba o explicaba esta brecha, era central para valorar el tipo y fuentes de información que sobre el tema manejaban los visitantes, ya que asumíamos que su existencia, tenía que ver mucho con las características socio económicas de la persona y donde obtenía la misma, la información sobre el tema.

El Parque Nacional Volcán Poas fue el sitio del estudio, El volcán Poas es un volcán activo, con una elevación de 2798 metros sobre el nivel del mar, un cráter activo y accesible todo el año, con una laguna de unos 800 metros cúbicos de agua con una temperatura de entre 35 y 55 grados centígrados dependiendo de la época, posee una extensión de 6507 hectáreas y 18.3 hectáreas de uso intensivo por la vía de la visitación, el resto del áreas tiene restricción absoluta de acceso. Ecológicamente ha sido calificado como Bosque nuboso. El PNVP se localiza a unos 50 kilómetros de la capital del país, San José y a unos 30 de la segunda ciudad en importancia Alajuela y a 35 del aeropuerto internacional Juan Santamaría el más importante del país. En el año 2007, el parque recibió cerca de 300 mil visitantes, lo que lo convierte en uno de los parques más visitados de la región centroamericana.

El estudio consto de dos fases y de las siguientes sub-etapas en cada fase:

Fase I. Preparación y aplicación del instrumento.

- 1.- Explicar a los funcionarios y a la administración del PNVP lo que se pretendía hacer.
- 2.-Diseño de la encuesta. La encuesta consto de las siguientes secciones: a) Socio demográfica, b) problemas que afectan su visita al parque, c) efecto del cambio climático sobre las actividades que normalmente realizan los visitantes, d) factores que contribuyen al cambio climático)riesgos personales, f) acciones que el visitante estaría dispuesto a realizar para mitigar el problema de cambio climático, g) lugares donde aprendió lo que sabe del cambio climático, h) la opinión general que sobre el cambio climático tienen en su país sobre el tema, y i) cual debería ser el nivel de importancia que el PNVP debería a la temática ambiental incluyendo el cambio climático. La boleta incluyo además cuatro preguntas específicas: 1) voluntad de pago sobre información sobre el cambio climático suministrada por el PNVP, 2) que tan problemático cree usted que es el tema del cambio climático, en el presente, 3) que tan problemático cree usted que será el problema en 50 años y 4) Cual es el nivel de responsabilidad del PNVP de enseñar e informar a sus visitantes sobre el tema. La boleta se verifico en el campo y se corrigió. Se disponía de boletas en inglés y español. Se utilizó una escala de Tipo likert de 6 niveles, en orden progresivo, donde 0 era la inexistencia y 5 el máximo de interés o disposición de acuerdo a lo sugerido. (Johnson y Creech, 1985)
4. Tamaño de la muestra. Se utilizó como criterio de tamaño de la muestra, el "subject-to-variable ratio", discutido ampliamente en la literatura cuando se pretenden hacer análisis multivariados. La boleta diseñada tenía un total de 72 ítems o sea que con un STVR de 5 por 1, lo mínimo era de 360 encuestas.
- 5.-Para muestrear recurrimos a una técnica que ya nos había dado buenos resultados en el pasado, la técnica de los GRUPOS DE TRES mientras dos miembros, encuestan, el tercer miembro cuentan y más o menos señala quien es la persona, que le tocaría ser encuestada. Si la persona señalada se negaba se elegía directamente la que sigue.
- 6.- Aplicación de la encuesta. La selección de los encuestados fue totalmente aleatoria en la medida que estos abandonaban el PNVP. El análisis se realizó a 337 encuestas para visitantes costarricenses, 498 para visitantes norteamericanos y 161 para visitantes europeos. La aplicación física se dio durante los meses de Abril y Mayo del 2008. No se controló la nacionalidad a priori, el visitante que era selecciona-

do, lo era independiente de su origen. La proporción final resultante muestra la importancia de los visitantes extranjeros a PNVP cosa de sobra conocida por el Sistema Nacional de Áreas de Conservación.

- 7.- La base original de trabajo fue creada en una hoja electrónica de la versión de Excel 2007 y el análisis Estadístico se realizó utilizando la versión 15 de MINITAB.

Fase II Análisis.

- 1.- Estimación de una ANOVA (One way).
- 2.-Desarrollo de las estadísticas descriptivas, basadas en histogramas, comparativos de los diferentes grupos de visitantes, nacionales, norteamericanos y europeos, en base a los datos sin transformar.
- 3.-Estandarización de las variables a promedio cero y desviación estándar uno, de acuerdo a lo sugerido para él; manejo de variables de diferente métrica, con el fin además de permitir el ranking de las variables usando modelos estimados por mínimos cuadrados ordinarios, dado los niveles del escalar utilizado. (Johnson y Creech, 1985, Kachigan, 1991, Hamilton y Hunter, 2002).
- 6.- Estimación de los modelos estandarizados, utilizando la técnica de eliminación hacia delante ya que se mantiene el control del proceso, para cada uno de los tipos de visitantes, hasta llegar al modelo donde cada uno de los coeficientes de regresión son significativos al 95%, proceso que permite el ranking de las variables que se incluyen en los modelos estimados

Resultados y discusión.

La prueba de Alpha de Cronbach's arrojó un coeficiente de 0.8934 lo cual muestra que el instrumento aplicado era confiable y recogía el tipo de información que se pretendía y dimensionaba lo que se deseaba dimensionar e identificar

Análisis descriptivo.

Por otra parte el cuadro 1, pone de manifiesto las diferencias económicas entre los tres grupos, donde los locales están dispuestos a pagar por la información mientras que los extranjeros no parecieran estarlo. El nivel de ingreso mensual es otro elemento diferenciador importante, entre locales y extranjeros, aunque en términos educativos los niveles son muy parecidos. La percepción del problema del cambio climático, en el momento del estudio y en el futuro es mayor en los costarricenses que en los extranjeros. En otras palabras los locales tienden a percibir el problema hoy y dentro de 50 mucho más grave, es importante resaltar sin embargo que los locales que buscan recreación visitando los par-

Cuadro 1. Características Socio demográficas de los Visitantes al PNVP.

| Variables. | Valores Promedio por Grupo | | |
|-------------|----------------------------|----------|----------|
| V de Pago | 7.06 | 5.4 | 4.8 |
| PCC hoy | 2.7 | 2 | 1.9 |
| PCC 50 años | 4.5 | 3.8 | 4.1 |
| Brecha | 1.8 | 1.7 | 2.1 |
| Edad | 31 | 40 | 33 |
| Educación | Univer | Univer + | Univer - |
| Ingreso | 1071 | 5137 | 3305 |

VdeP= US\$/persona
 PccCC=Percepción del Cambio Climáticos Hoy
 PCC 50 años=Percepción del CC en 50 años
 Brecha=Futuro-Presente
 Edad=Años
 Educación=Nivel de Educación
 Ingreso=US\$ persona/mensual

ques nacionales como el Poas, no son representativos del costarricense medio, son bastante más educados y con niveles de ingreso que triplican la media nacional. Adicionalmente entre un 16 y un 26 % de los encuestados manifestaran que el problema del cambio climático hoy no es importante, sinónimo de que no lo conocen del todo. Sin embargo cuando se les pidió que lo valoraran dentro de 50 años el 80% de los Costarricenses dijo que sería un gran problema, el 52 % de los norteamericanos y el 42% de los europeos dijo que sería un grave problema.

Esta fue la primera evidencia que obtuvimos, de que, la gente ante el problema del cambio climático, podría estar en una “remisión psicológica” como resultado de ver y darse cuenta de la magnitud de un problema ante el cual ellos sienten que no pueden hacer absolutamente nada o por lo menos parecieran sentir eso. Lo anterior se complica cuando vemos la percepción de la brecha entre el presente y el futuro en el cuadro 2.

Lo curioso es que el 59.3%, 69.% y el 74% de los entrevistados dicen que no estarían dispuestos a pagar nada, al PNVP por educación e información en el tema. Sera el parque nacional el lugar el lugar adecuado ya que los visitantes vienen de paseo o simple falta de interés, o que ya poseen las bases informativas o que simplemente no quieren saber nada del tema.

Cuadro 2. Distribución de los Visitantes Encuestado en la Encuesta de Cambio Climático.

| Variable: | Brecha (Futuro-Presente) | | | | | |
|---------------|--------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Categorías | Costa Rica | | EUA | | Europeos | |
| de Percepción | Frecuencia | % | Frecuencia | % | Frecuencia | % |
| -5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| -4 | 0 | 0 | 3 | 0.6 | 0 | 0 |
| -3 | 0 | 0 | 0 | 0.0 | 0 | 0 |
| -2 | 3 | 0.9 | 15 | 3.0 | 0 | 0 |
| -1 | 6 | 1.8 | 12 | 2.4 | 3 | 1.9 |
| 0 | 72 | 21.4 | 96 | 19.3 | 24 | 14.9 |
| 1 | 81 | 24.0 | 102 | 20.5 | 33 | 20.5 |
| 2 | 63 | 18.7 | 114 | 22.9 | 41 | 25.5 |
| 3 | 45 | 13.4 | 72 | 14.5 | 21 | 13.0 |
| 4 | 30 | 8.9 | 48 | 9.6 | 24 | 14.9 |
| 5 | 37 | 11.0 | 36 | 7.2 | 15 | 9.3 |
| Total | 337 | 100 | 498 | 100 | 161 | 100 |

Cuadro 3. Distribución de los Visitantes Encuestado en la Encuesta de Cambio Climático.

| Pregunta | | ¿Cuál es el nivel de importancia de las siguientes actividades durante su visita al PNVP? | | | | | |
|---|-------------|---|----|------|----|----------|----|
| Actividad Desarrollada en el | Nivel de | Costa Rica | | EUA | | Europeos | |
| Parque Nacional Volcan Poas | Importancia | Frec | % | Frec | % | Frec | % |
| visitar el crater | 5 | 135 | 40 | 93 | 19 | 26 | 16 |
| hacer senderismo | 5 | 135 | 40 | 93 | 19 | 26 | 16 |
| caminar con amigos y fam | 5 | 270 | 80 | 186 | 37 | 52 | 32 |
| ver animales | 5 | 114 | 34 | 129 | 26 | 27 | 17 |
| observar las aves | 5 | 111 | 33 | 150 | 30 | 27 | 17 |
| observar plantas y flores | 5 | 90 | 27 | 132 | 27 | 30 | 19 |
| aprender sobre el volcan | 5 | 48 | 14 | 69 | 14 | 8 | 5 |
| aprender sobre biodiversidad | 5 | 69 | 20 | 84 | 17 | 26 | 16 |
| aprender sobre cambio climatico | 5 | 79 | 23 | 96 | 19 | 12 | 7 |
| relajarse y descansar | 5 | 78 | 23 | 72 | 14 | 9 | 6 |
| Nota Importante: 5 es el maximo nivel. | | | | | | | |

Cuadro 4. Distribución de los Visitantes Encuestado en la Encuesta de Cambio Climático.

| Pregunta | | ¿Cuánto piensa usted que contribuyen estos factores al cambio climático? | | | | | |
|--|----------|--|----|------|----|----------|----|
| Factor contribuyente | Nivel de | Costa Rica | | EUA | | Europeos | |
| | Percep | Frec | % | Frec | % | Frec | % |
| Emisiones Industriales | 5 | 166 | 49 | 288 | 58 | 86 | 53 |
| Gen Elec Comb Fosiles | 5 | 130 | 39 | 270 | 54 | 62 | 39 |
| Uso de Plaguicidas | 5 | 142 | 42 | 222 | 45 | 56 | 35 |
| Incendios Forestales | 5 | 175 | 52 | 144 | 29 | 39 | 24 |
| Deforestación | 5 | 268 | 80 | 279 | 56 | 83 | 52 |
| Emisión Autos/Camiones | 5 | 160 | 47 | 240 | 48 | 80 | 50 |
| Uso de Aerosoles | 5 | 186 | 55 | 150 | 30 | 68 | 42 |
| Agricultura | 5 | 96 | 28 | 99 | 20 | 36 | 22 |
| Nota Importante: Impacto 5 es el máximo nivel. (mayor generador de gases) | | | | | | | |

El cuadro 3, pone de manifiesto que los visitantes al PNVP vienen en realidad a pasear y a disfrutar de la naturaleza. El aprender no pareciera estar entre sus prioridades. Esto es central al argumento ya que las autoridades locales, asocian casi naturalmente, las visitas a los parques con el deseo de aprender sobre los temas naturales, cosa que estos resultados no parecen verificar y muchas de las estrategias descansan en esta “premisa” de asociación entre el deseo de aprender de parte del turista que visita los Parque nacionales y la

visita propiamente. La secuencia suele ser si Ud. visita parques quiere aprender sobre temas ambientales y pareciera no ser así.

El cuadro 4, pone de manifiesto la coincidencia de los orígenes del problema, las emisiones de la industria, la deforestación y las emisiones de los autos y camiones. Los norteamericanos incluyen la generación eléctrica con combustibles fósiles y los costarricenses los incendios forestales. No cabe de duda que si estas fuentes se comparan con la información que se le suministra a las

personas por los medios de comunicación, es fácil constatar que coinciden con los temas, que día a día se utilizan en particular la deforestación, y las emisiones de la industria y el transporte. Esto además se reafirma todos los días con los temas de corte “verde” relacionados con los autos, las casas de habitación y los sistemas de enfriamiento y calefacción. Particularmente las estrategias globales informativas, sobre la nueva generaciones de automotores de tecnología hibrida o eléctrica, y su limpieza y amigabilidad con el ambiente. Aquí vemos otra evidencia del efecto de los medios de comunicación sobre las personas de las diferentes sociedades.

Como ya se manifestó, anteriormente cuando el cambio climático, se ubica dentro de los riesgos de la vida diaria del ciudadano, este para el ciudadano común es igual que cualquier otro, esta realidad es nuestra hipó-

tesis depende en gran parte del fenómeno de temporalidad del cambio climático, como efecto directo e inmediato, lo que hace rezagar la visión y percepción que tiene el visitante en relación con la inmediatez del efecto del mismo sobre él o ella como persona.

El cuadro 6, muestra el patrón de respuesta coincide o parece reflejar, la avalancha mediática en eso temas. Por otra parte, si las emisiones son una causa importante y así lo cree, comprar un auto lo puede hacer, y así piensa que aporta algo. El cuadro 6, muestra en forma inequívoca el poder de los medios de comunicación. Todos los grupos se informan por internet y por la televisión. Estos resultados no deben sorprender ya que en la actualidad la mayoría de la información se obtiene de fuentes “populares” y dada la explosión mediática de la internet y la televisión que estos medio predominen,

Cuadro 5. Distribución de los Visitantes Encuestado en la Encuesta de Cambio Climático.

| Pregunta | Nivel de Riesgo de que Usted sufra una de estas cosas en su vida | | | | | | | |
|-------------------|--|------------|----|------|-----|------|----------|--|
| Factor de Riesgo | Nivel de | Costa Rica | | | EUA | | Europeos | |
| | Percep | Frec | % | Frec | % | Frec | % | |
| Accidente de Auto | 5 | 90 | 26 | 150 | 30 | 20 | 12 | |
| Crímen Violento | 5 | 114 | 33 | 123 | 24 | 11 | 6 | |
| Cancer | 5 | 90 | 26 | 111 | 22 | 24 | 14 | |
| Enfermo Corazón | 5 | 90 | 26 | 111 | 22 | 24 | 14 | |
| Cambio Climático | 5 | 126 | 37 | 114 | 22 | 18 | 11 | |
| Contamina Aire | 5 | 132 | 39 | 159 | 31 | 15 | 9 | |
| Contamina Agua | 5 | 160 | 47 | 159 | 31 | 20 | 12 | |
| Desechos Químicos | 5 | 153 | 45 | 174 | 34 | 23 | 14 | |
| Desechos Solidos | 5 | 144 | 42 | 156 | 31 | 26 | 16 | |

Cuadro 6. Distribución de los Visitantes Encuestado en la Encuesta de Cambio Climático.

| Pregunta | Cuál de estas acciones esta usted dispuesto a tomar para mitigar el cambio climático | | | | | | | |
|--------------------------|--|------------|----|------|-----|------|----------|--|
| Acciones de Mitigación | Nivel de | Costa Rica | | | EUA | | Europeos | |
| | Percep | Frec | % | Frec | % | Frec | % | |
| Menos Vacaciones | 5 | 36 | 10 | 33 | 6 | 15 | 9 | |
| Viajar menos | 5 | 24 | 7 | 33 | 6 | 15 | 9 | |
| Manejar menos | 5 | 105 | 31 | 114 | 22 | 39 | 24 | |
| Línea blanca eficiente | 5 | 105 | 31 | 114 | 22 | 39 | 24 | |
| Autos eficientes | 5 | 192 | 57 | 282 | 56 | 83 | 51 | |
| Menos aire acondicionado | 5 | 180 | 53 | 156 | 31 | 78 | 48 | |
| Fuente renovab energía | 5 | 204 | 60 | 273 | 54 | 98 | 60 | |
| Menos calefacción | 5 | 0 | 0 | 159 | 31 | 20 | 12 | |

| Cuadro 7. Distribución de los Visitantes Encuestado en la Encuesta de Cambio Climático. | | | | | | |
|---|--|------|----------------|------|------------|------|
| Pregunta | Donde obtuvo su información sobre cambio climático | | | | | |
| Variable | Escuela Secundaria | | | | | |
| Origen | Costa Rica | | Estados Unidos | | Europeos | |
| Respuesta | Frecuencia | % | Frecuencia | % | Frecuencia | % |
| Obtuvo | 71 | 21.0 | 141 | 28.3 | 42 | 26.1 |
| Variable | Universidad | | | | | |
| Respuesta | Frecuencia | % | Frecuencia | % | Frecuencia | % |
| Obtuvo | 64 | 19 | 109 | 22 | 48 | 30 |
| Variable | Periódicos y Revistas | | | | | |
| Respuesta | Frecuencia | % | Frecuencia | % | Frecuencia | % |
| Obtuvo | 186 | 55.2 | 306 | 61.4 | 98 | 60.9 |
| Variable | Internet | | | | | |
| Respuesta | Frecuencia | % | Frecuencia | % | Frecuencia | % |
| Obtuvo | 172 | 51.0 | 258 | 51.8 | 107 | 66.5 |
| Variable | Museos | | | | | |
| Respuesta | Frecuencia | % | Frecuencia | % | Frecuencia | % |
| Obtuvo | 54 | 16.0 | 117 | 23.5 | 30 | 18.6 |
| Variable | Películas | | | | | |
| Respuesta | Frecuencia | % | Frecuencia | % | Frecuencia | % |
| Obtuvo | 144 | 42.7 | 189 | 38.0 | 48 | 29.8 |
| Variable | Conversaciones | | | | | |
| Respuesta | Frecuencia | % | Frecuencia | % | Frecuencia | % |
| Obtuvo | 81 | 24.0 | 198 | 39.8 | 45 | 28.0 |
| Variable | Televisión | | | | | |
| Respuesta | Frecuencia | % | Frecuencia | % | Frecuencia | % |
| Obtuvo | 201 | 59.6 | 312 | 62.7 | 92 | 57.1 |
| Variable | Parques Nac | | | | | |
| Respuesta | Frecuencia | % | Frecuencia | % | Frecuencia | % |
| Obtuvo | 96 | 28.5 | 171 | 34.3 | 32 | 19.9 |
| Variable | Iglesias | | | | | |
| Respuesta | Frecuencia | % | Frecuencia | % | Frecuencia | % |
| Obtuvo | 21 | 6.2 | 51 | 10.2 | 0 | 0.0 |

es lo que se esperaba. Lo de los autos eficientes en verdad eso no debe extrañar a nadie, esa es la nueva tendencia automotriz y cada día se profundizara más, pero es evidente que ya comenzó.

El cuadro 7. El problema está ciertamente en que, los encuestados toman su información de los medios comunicación más comunes en estos momentos la red y la televisión. Lo importante es que los parques nacionales no pareciera que son lugares en los cuales se obtiene esta clase de información, resultado que contradice un tanto lo que piensa muchas de las autoridades del país, nosotros creemos más bien que esta idea nace de la preconcepción que hay de relacionar ambiente y todo lo que ello implica con los parques nacionales, y en el caso de los turistas, esto parece inclinarse más hacia la idea de recreación lo cual es normal.

La situación que esto genera de cara al futuro, es como si queremos usar los parques como centros de información, “mezclamos” la educación ambiental con procesos recreativos, sin restar tiempo para la recreación que parece ser la meta principal de la visita a los mismos por parte de turistas locales y extranjeros.

El cuadro 8, muestran que existe, en el caso de los costarricenses una interés, por recibir educación en los parques sobre el tema del cambio climático, lo que no es así, en el caso de los extranjeros, ¿por qué? La hipótesis que surge es que los locales, no tienen quizás otras oportunidades y asocian la visita a los parques con el ambiente y una posible educación ambiental. En el caso de americanos y europeos estos vienen claramente a pasear y conocer, y gastan sumas de dinero importante en la

| Cuadro 8 Distribución de los Visitantes Encuestado en la Encuesta de Cambio Climático. | | | | | | |
|--|--|------------|------------|------------|------------|------------|
| Pregunta | Tienen los parques nacionales la responsabilidad de educar a las | | | | | |
| Variable(Tema) | sobre temas ambientales | | | | | |
| Categorías de Percepción | Costa Rica | | EUA | | Europeos | |
| | Frecuencia | % | Frecuencia | % | Frecuencia | % |
| 0 | 69 | 20.5 | 87 | 17.5 | 33 | 20.5 |
| 1 | 0 | 0.0 | 6 | 1.2 | 0 | 0.0 |
| 2 | 3 | 0.9 | 15 | 3.0 | 3 | 1.9 |
| 3 | 30 | 8.9 | 63 | 12.7 | 27 | 16.8 |
| 4 | 30 | 8.9 | 87 | 17.5 | 48 | 29.8 |
| 5 | 205 | 60.8 | 240 | 48.2 | 50 | 31.1 |
| Total | 337 | 100 | 498 | 100 | 161 | 100 |

vacación y no se nos ocurre, y lo decimos sin desmeritar a nadie, que venir de tan lejos para que “me” cuenten lo que podría obtener en mi país de origen quizás no es una buena estrategia, abriendo la puerta para una diferenciación estratégica cosa que hasta el día de hoy no pareciera existir.

A manera de resumen de la etapa descriptiva del análisis es posible afirmar que son los costarricenses los que parecen estar más interesados en la educación sobre el cambio climático y su efecto no así los extranjeros y que en todos los casos los medios masivos de comunicación juegan un papel central en los procesos de divulgación de información, en especial la televisión e internet, cosa que se profundizara con el uso de otros medios en los próximos años como los teléfonos celulares y nuevas tecnologías informativas con base en la red. La pregunta que nace de estas primeras reflexiones es como usar en los parques tecnologías informativas de última generación sin afectar el proceso recreativo, que es sin duda alguna la razón “básica” de la visita a los parques nacionales.

Análisis Inferencial.

El cuadro 9, muestra que los valores absolutos más altos en la ecuación corresponden a nivel de educación del visitante y la conducción de vehículos como factores importantes relacionados con el cambio climático. Los costarricenses que visitan los parques usualmente suelen ser personas de nivel educativo alto, lo que a su vez suele estar asociado con “buenos” niveles de ingreso, con posesión de vehículos que permite sin problemas el acceso físico rápido y seguro a los parque, condiciones que permiten además acceso a recreación e información sobre los temas más importante y que suelen disponer

Cuadro 9, Modelo Estandarizado para los Visitantes Costarricenses al PNVP

$$stbrecha = 0.0000 - 0.161 st\text{ edad} - 0.215 steduca + 0.143 stbio + 0.202 stdriving + 0.104 stinternet$$

| Predictor | Coef | StDev | T | p |
|-----------|----------|---------|-------|-------|
| Constant | 0.00000 | 0.05030 | 0.00 | 1.000 |
| st edad | -0.16097 | 0.05187 | -3.10 | 0.002 |
| steduca | -0.21462 | 0.05188 | -4.14 | 0.000 |
| stbio | 0.14292 | 0.05094 | 2.81 | 0.005 |
| stdrivin | 0.20192 | 0.05141 | 3.93 | 0.000 |
| stintern | 0.10384 | 0.05120 | 2.03 | 0.043 |

S = 0.9235 R-Sq = 16.0% R-Sq(adj) = 14.7%

en su hogares, equipo de cómputo que les permita el acceso a, y el uso de internet. Es importante resaltar que quienes se recrean en los países en vías de desarrollo usualmente no son los más sino los menos, esto podría estar afectando el resultado, pero al menos los resultados indican que los locales que se recrean están preocupados por el problema y que lo asocian con las fuentes de información.

El modelo resultante en el caso de los norteamericanos, (Cuadro 10) muestra que las variables más importantes son: los parques son responsables de la información sobre el tema, les interesa aprender en los parques sobre el cambio climático, los parques deben enseñar sobre el tema de la contaminación de las aguas y los parques deben enseñar sobre sostenibilidad y las instituciones religiosas como posible avenida informativa. Es interesante que los problemas hídricos son en la mente de los encuestados al menos tan importantes como los del cambio climático sino más. Lo curioso es que no parecieran por las evidencias hacer un nexo claro entre ambos.

Es importante resaltar, que en el caso de Costa Rica, estos resultados parecieran confirmar que hay un interés importante, de que se asuma por parte del PNVP un papel activo en la información sobre el tema de parte de los visitantes, cosa que es muy importante tomar en cuenta, en el diseño de políticas ambientales a futuro por el sistema de parques nacionales. Esto es un tema que se nos ocurre hasta la fecha podría estársele dando más importancia declarativa que ejecutiva. En la actualidad aun este es un tema de discusión pero que se nos ocurre, por lo que se lee en los medios, carece de la “convicción” que se requiere.

El cuadro 10, es un modelo derivado más complejo, conformado por 17 variables, donde las más importante

son pares o sea que los parque tengan un papel en la educación en el tema, stcc3 que el cambio climático es un problema a futuro, stpollu, que la polución y contaminación es un tema hoy tanto o más importante que el cambio climático y stsutain, que la sostenibilidad es igual de importante que el cambio climático, además de otras variables relacionadas con el uso de aparatos relacionados con el manejo de energía. En la sociedad americana es obvio que el cambio climático esta relacionado con la información que se les suministra y con elementos de confort inmediato, sin embargo la interesante es la relación que este grupo hace con la sostenibilidad ambiental y otros procesos que afectan el ambiente en la actualidad.

La responsabilidad de los parques en la edu-

Cuadro 10. Modelo Estandarizado para los Visitantes de Estados Unidos.

$$\text{stbrecha} = -0.0000 + 0.140 \text{ st acces} + 0.117 \text{ st safety} - 0.111 \text{ stcontam} - 0.0980 \text{ stCcrater1} + 0.133 \text{ ctvolcan} + 0.160 \text{ stindust} + 0.234 \text{ stsprays} - 0.270 \text{ staircondi} + 0.271 \text{ stenrgy} - 0.153 \text{ stuniver} - 0.143 \text{ stnatipar} + 0.230 \text{ streligion} - 0.337 \text{ stelevis} + 0.480 \text{ stparespon} - 0.414 \text{ stcc3} + 0.454 \text{ stpolllut} - 0.426 \text{ stsutain}$$

| Predictor | Coef | StDev | T | P |
|-----------------|-----------------|----------------|-------|-------|
| Constant | -0.00000 | 0.03620 | -0.00 | 1.000 |
| st acces | 0.14003 | 0.04470 | 3.13 | 0.002 |
| st safet | 0.11670 | 0.04817 | 2.42 | 0.016 |
| stcontam | -0.11051 | 0.04740 | -2.33 | 0.020 |
| stCcrat1 | -0.09795 | 0.04500 | -2.18 | 0.030 |
| ctvolcan | 0.13251 | 0.04438 | 2.99 | 0.003 |
| stindust | 0.16026 | 0.05012 | 3.20 | 0.001 |
| stsprays | 0.23384 | 0.04743 | 4.93 | 0.000 |
| staircon | -0.26969 | 0.05791 | -4.66 | 0.000 |
| stenrgy | 0.27106 | 0.05709 | 4.75 | 0.000 |
| stuniver | -0.15313 | 0.04011 | -3.82 | 0.000 |
| stnatipa | -0.14300 | 0.03911 | -3.66 | 0.000 |
| sttelevis | 0.23001 | 0.04118 | 5.59 | 0.000 |
| streligi | -0.33706 | 0.04060 | -8.30 | 0.000 |
| stparesp | 0.4798 | 0.1266 | 3.79 | 0.000 |
| stcc3 | -0.4135 | 0.1447 | -2.86 | 0.004 |
| stpollu | 0.4543 | 0.1010 | 4.50 | 0.000 |
| stsutain | -0.42641 | 0.07979 | -5.34 | 0.000 |

S = 0.8078 R-Sq = 37.0% R-Sq(adj) = 34.7%

información Los resultados de nuevo indicarían que la televisión es la que transmite la información con la universidad como fuente importante de esta. Es curioso pero nos parece que el modelo, en cierta forma abre la discusión de los niveles de educación globalizada y quizás más humanista de Europa vs Norteamérica y por otra parte transmite el mensaje de que el europeo por venir de tan lejos y estar más involucrado en el tema a nivel personal quizás no esté tan interesado en recibir información. Que hace que esto de nuevo en los países desarrollados se comporte así, no sabemos pero sería interesante averiguar y conducir menos como acción correctiva del problema. Lo interesante de la ecuación europea es su sencillez y su capacidad explicativa.

En general las ecuaciones confirman las indicaciones del análisis descriptivo, la televisión, internet y los medios escritos son clave en la divulgación del tema. Los parques nacionales, son vistos como un lugar interesante como sitio para aprender sobre el tema, esto se ve más en los locales que en los extranjeros, quizás porque los europeos y americano tienen más disponibilidad de in-

cación sobre el cambio climático no se cuestionaría, pero nos parece que está más asociada a un concepto de sostenibilidad que les es familiar y fácil de manejar a los parques. La pregunta es pueden los parques incorporar en su agenda esta clase de educación, saben cómo, le interesa al país, influenciar al visitante extranjeros y abanderarse ambientalmente, para diferenciarse verdaderamente como destino turístico de la región. Este es el

reto de los parques nacionales costarricenses, vender el cambio climático y la sostenibilidad ambiental juntas, a los norteamericanos pero no para educar a los norteamericanos sino para fortalecer la imagen ambiental del país, esto podría parecer una estrategia muy comercial pero creemos que este es el camino, ahora que todos los países de la región centroamericana están subiéndose al “tren ambiental”.

Los datos del cuadro 11, presentan los resultados para los visitantes europeos. Los coeficientes muestran que, la variable más importante para explicar la brecha es la televisión y la universidad como fuente de

Cuadro 11 Modelo Estandarizado para los Visitantes Europeos.

$$\text{stbrecha} = 0.0000 + 0.268 \text{ st drivin} + 0.164 \text{ stuniver} + 0.283 \text{ sttelevi}$$

| Predictor | Coef | StDev | T | P |
|-----------------|----------------|---------|------|-------|
| Constant | 0.00000 | 0.07051 | 0.00 | 1.000 |
| stdrivin | 0.26845 | 0.07181 | 3.74 | 0.000 |
| stuniver | 0.16402 | 0.07330 | 2.24 | 0.027 |
| sttelevi | 0.28338 | 0.07223 | 3.92 | 0.000 |

S = 0.8947 R-Sq = 21.4% R-Sq(adj) = 19.9%

formación sobre el tema y vienen a pasear a Costa Rica y no a “educarse”, sin embargo Costa Rica, podría usar el tema del cambio climático para posicionarse mejor en el mercado mundial y regional como destino ambiental cosa que a la fecha comienza a hacer tímidamente.

Lo sorprendente de estos resultados es que las encuestas fueron levantadas a mediados del 2008, procesadas entre el 2008/2009, y por razones personales, los resultados quedaron en “suspense” hasta ahora. Es importante recordar que en ese periodo, el fracaso de la cumbre del Cambio Climático, mostro la realidad de los intereses globales de los países en desarrollo en relación

al tema.

Hemos visto en los últimos dos años, 2009 y 2010, como colofón de la crisis económica que vive el mundo y de la cual aún no parece salir totalmente una actitud más frugal de consumo por parte de los países desarrollados, que se observa está acompañada por un comportamiento más “verde” como dicen en los medios de comunicación mundiales. Cuanto durara esa actitud “más verde”, no sabemos o podemos predecir el tiempo, sin embargo, con una economía en crisis y un medio ambiente con problemas, quizás esta combinación haga meditar a los países desarrollados de que el cambio climático se tiene que enfrentar con menos, “verbo” y más acción.

El tiempo dirá, la realidad es lo reportado, se podrá cambiar el patrón de consumo, está por verse, ojala se dé el cambio, todos lo necesitamos. Aun hoy el poco interés de aquellos que deben sacrificar sus patrones de consumo continua y seguimos poniéndonos en peligro, tendrán derecho el mundo a auto-destruirse, quien sabe pero en realidad, los resultados de este trabajo de investigación muestran y evidencian el doble discurso de todos, queremos seguridad ambiental sin sacrificio y eso no puede ser.

Conclusiones

- Si bien es cierto que existen diferencias importantes entre los grupos estudiados, podemos decir que el visitante al PNVP, se ubica en la clase media y media alta en sus respectivos países, y su principal interés, es ver el cráter y pasear con amigos y familia.
 - Las principales fuentes de información para los diferentes grupos, son los medios de comunicación, especialmente internet y la televisión. Esto pone una responsabilidad especial en tales fuentes sobre la forma y contenido de la información.
 - Parece que tienen serias dudas sobre la motivación e interés de los medios y del gobierno sobre el tema, esto se aprecia particularmente en los europeos y norteamericanos, dados los comentarios adicionales hecho durante las encuestas
 - Existe una brecha entre, la urgencia del problema en el momento presente y dentro de 50 años... Esto es importante ya que implicaría estrategias diferenciadas en cuanto al papel del PNVP en el suministro de información a los diferentes grupos.
 - Pareciera que los costarricenses están igual de informados y más preocupados por el problema y sus implicaciones que los norteamericanos y europeos.
 - En el caso de los costarricenses la principal fuente de información pareciera ser la televisión. En el caso de los norteamericanos es la televisión e internet. En el caso de los europeos la televisión, internet y la academia.
 - Los resultados obtenidos ratifican el papel preponderante que tiene los medios de comunicación como formadores de opinión pública en las sociedades estudiadas. Lo cual nos permite aceptar la hipótesis que se plantea, con las limitaciones del estudio, pero creemos que es posible decir en base a los resultados obtenidos, que son los medios “populares” los que llevan la voz, en el tema con los medios científicos bastante a la zaga.
 - El papel limitado de las fuentes académico científicas como fuentes de información, de hecho plantean una llamada de atención a las instituciones de educación superior sobre el que, como, y en que lenguaje, están transmitiendo lo que saben.
- Los resultados obtenidos permiten aceptar la hipótesis general del estudio. “Las fuentes de información “populares”, tales como la televisión e internet son las que influyen, las actitudes, conocimientos y percepciones del problema del cambio climático”.

Bibliografía

- Agnew, M.D. and J. P. Palutikof.
2006. Impacts of short-term climate variability in the UK on demand for domestic and international tourism. *Journal of Climate Research*, Vol. 31, 109–120
- Armstrong, B. G., Kovats, S. R., Lloyd, S. J.
2007. Global Diarrhea Morbidity, Weather and Climate. *London School of Hygiene and Tropical Medicine*. Vol. 34. 119-127.
- Beniston, M.
2001. The Effects of Global Warming on Mountain Regimes: A summary of the 1995 report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. *Global Change and Protected Area*. 155-185.
- Bigano, A. et al.
2006. The Impact of Climate Change on Domestic and International Tourism: A Simulation Study. *Fondazione Eni Enrico Mattei*. Italy.
- Bord, R.J., A. Fisher, and R.E. O'Connor.
1998. Public perceptions of global warming: United States and international perspectives. *Climate Research* 11:75-84.
- Braun, O.L., M. Lohmann, O. Maksimovic, M. Meyer, A. Merkovic, E. Messerschmidt, A. Riedel, M. Turner.
1999 Potential impact of climate change effects on preferences for tourism destinations. A psychological pilot study. *Journal of Climate Research*, Vol. 11, 247–254.

- Epstein, P.R.
2001. Climate Change and Infectious Diseases. Microbes and Infections, Vol. 3, 747-754.
- Hamilton J.F y Hunter,M.
2002.The advantahe of using standardized scores in causal analysis.. Human Communications Research. Vol 28 (4).552-562.
- Hoffman, J. and Eric Mielbrecht.
2007. Unnatural Disaster: Global Warming and Our National Parks. National Parks Conservation Association. United States. 41 pages.
- Johnson, David R. Creech, James C.
1983. Ordinal measures in multiple indicator models: A simulation study of categorization error. American Sociological Review. Vol 48(3), Jun 1983, 398-407.
- Kachigan,S.
1991. Multivariate statistical analysis. A conceptual introduction. Radius Press. New York.
- Kromp-Kolb, H. and I. Schwarzi.
2007. Climate Change and Health, Tourism, Energy: Final Report. Austrian Federal Environmental Agency. 1-56.
- Krosnick, J. A., et al.
2006. The Origins and Consequences of Democratic Citizens. Climatic Change. Vol. 77. 7-43.
- Leminen,Sepo.
2001. Gap in buyer-seller relationship.Management Decisions. Vol 39(3).
180-195.
- Lorenzoni, I. and N. F. Pidgeon.
2006. Public Views on Climate Change: European and USA Perspectives. Climatic Change. Vol. 77. 73-95.
- Parasuraman A., Zeithami, V.A, y Berry L L.
1985. A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing. Vol 49.41-50.
- Scott, D. and R. Suffling.
2000. Climate Change and Canada's National Park System. Adaptation and Impacts Research. Quebec, Canada.

Recibido: 13/03/09
Reenviado: 21/03/11
Aceptado: 15/04/11
Sometido a evaluación por pares anónimos

¿Conocemos a los visitantes de Castilla-La Mancha? Un análisis comparativo turistas vs. excursionistas ¹

Águeda Esteban Talaya ⁱ
Carlota Lorenzo Romero ⁱⁱ
María Encarnación Andrés Martínez ⁱⁱⁱ
María del Carmen Alarcón del Amo ^{iv}

Universidad de Castilla-La Mancha (España)

Resumen: Uno de los sectores menos perjudicados por la crisis económica ha sido el sector turístico. La calidad de este sector mejora cada año, lo cual está repercutiendo de manera positiva sobre aspectos tales como: experiencia turística, hábitos viajeros y demanda de servicios turísticos por parte de turistas y excursionistas. En este trabajo, a partir del análisis del perfil sociodemográfico, la experiencia viajera, los hábitos y el gasto, tratamos de profundizar en el conocimiento de las diferencias y similitudes que surgen entre turistas y excursionistas durante el viaje turístico realizado a Castilla-La Mancha durante 2009. Dicha información permite conocer mejor la demanda turística y adaptar la oferta turística a las necesidades tanto de excursionistas como turistas.

Palabras clave: Turismo; Castilla-La Mancha; Excursionistas; Turistas; Hábitos turísticos.

Title: Do we know the visitors of Castilla-La Mancha? A comparative analysis of tourists versus day-trippers

Abstract: The tourist sector is the least affected by the economic crisis. The quality of this sector is improving every year, which is impacting positively on aspects such as: tourism experience, travel habits and demand of tourist services by tourists and same-day visitors. In this work, based on the analysis of socio-demographic profile, the travelling experience, the habits and the expenditure, we try to study in depth the knowledge of the differences and similarities that arise between tourists and same-day visitors during the tourist trip to Castilla-La Mancha in 2009. This knowledge permits a better understanding of tourist demand and to adapt the tourist supply to the needs of same-day visitors and tourists.

Keywords: Tourism; Castilla-La Mancha; Day-trippers; Tourists; Tourist habits.

ⁱ Área de Comercialización e Investigación de Mercados. Facultad de CC. Jurídicas y Sociales de Toledo. Universidad de Castilla-La Mancha. E:mail: Agueda.Esteban@uclm.es

ⁱⁱ Área de Comercialización e Investigación de Mercados. Facultad de CC. Jurídicas y Sociales de Toledo. Universidad de Castilla-La Mancha. E:mail: Carlota.Lorenzo@uclm.es

ⁱⁱⁱ Área de Comercialización e Investigación de Mercados. Facultad de CC. Jurídicas y Sociales de Toledo. Universidad de Castilla-La Mancha. E:mail: Encarnacion.Andres@uclm.es

^{iv} Área de Comercialización e Investigación de Mercados. Facultad de CC. Jurídicas y Sociales de Toledo. Universidad de Castilla-La Mancha. E:mail: MCarmen.Alarcon@uclm.es

Introducción

A pesar de la crisis económica internacional, el sector turístico se mantiene estable e incluso registra cierta evolución al alza. Así pues, el inicio de 2010 se caracterizó por experimentar una ligera mejoría en los indicadores de afluencia de demanda turística, debida sobre todo al mejor comportamiento de la demanda española (EXCELTUR, 2010). Además, la calidad de la industria turística mejoró, lo cual está repercutiendo de manera positiva en la experiencia del viajero residente y extranjero y, en consecuencia, en el consumo.

Respecto al número y características de los viajes que realizan tanto turistas como excursionistas en España, año tras año, señalar que están condicionados por factores socioeconómicos, culturales, estilos de vida, etc., que van a determinar los tipos de viajes, los diferentes comportamientos turísticos, el gasto turístico individual y en grupo, entre otros. De ahí que se considere vital la posesión de información relacionada con estos factores a distintos niveles geográficos.

En la actualidad el entorno globalizado y cambiante que engloba a los distintos sectores económicos hace que éstos se vean obligados a cambiar las pautas de comportamiento seguidas hasta el momento. Obviamente, el sector turístico no se encuentra ajeno a estos cambios y debe enfrentarse a nuevos retos, marcados por el cambio tecnológico, la responsabilidad medioambiental y las renovadas demandas del consumidor. Para ello, se hace necesario un cambio de estrategia, apostar por un nuevo modelo de crecimiento, que esté basado en el conocimiento, la innovación, la mejora de la productividad y la sostenibilidad de la economía, como factores clave para hacer frente a un contexto cada vez más competitivo (IET, 2010a).

Durante los últimos años se han desarrollado distintos informes que analizan los hábitos de los turistas a distintos niveles geográficos. Así, desde el ámbito europeo podemos destacar el informe España en Europa: Comportamiento Turístico de los Residentes en la Unión Europea 2006, elaborado por el Instituto de Estudios Turísticos (IET) mediante datos de EUROSTAT. En base al citado informe se pueden destacar que el 38,6% de los residentes en España realizó algún viaje de cuatro noches o más durante el año 2006. España es el tercer país de la Unión Europea en el que se realiza una mayor proporción de viajes internos (viajes dentro del propio país), así, en el año 2006, el 86,1% de los viajes de larga duración realizados por los residentes en España fue en su propio territorio nacional. Las pernoctaciones de los no residentes en España fueron superiores a las de los residentes. La estancia media de los residentes

en establecimientos hoteleros fue de 2,2 noches y la estancia media en hoteles de los no residentes fue de 4,4 noches.

Dentro del ámbito nacional, los informes más representativos son: Balance del turismo en España 2008, elaborado por el IET; Movimientos Turísticos de los Españoles 2008 elaborado por el IET; Movimientos Turísticos de los Españoles 2008 (FAMILITUR), elaborado por el IET; Movimientos Turísticos en Fronteras 2008 (FRONTUR), elaborado por el IET; Encuesta de Gasto Turístico 2008 (EGATUR), elaborada por el IET; Hábitos Turísticos de los Residentes en España 2007, elaborado por el IET, y la Encuesta de Ocupación Hotelera 2008 (EOH), elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

En lo que respecta a la Región de Castilla-La Mancha, el Instituto de Estudios Turísticos ha publicado el informe Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar) Castilla-La Mancha 2008, del que se pueden extraer los siguientes hábitos de viaje:

- En 2008, Castilla-La Mancha recibió 13,3 millones de viajes con pernoctación (un 17,1% más que en 2007), de los cuales el 73% fueron viajes procedentes de otras comunidades autónomas. La Comunidad de Madrid fue el principal mercado emisor con el 50,3% de los viajes realizados a Castilla-La Mancha. A la comunidad madrileña le siguió la propia comunidad castellano-manchega, con el 27% de los turistas, y la Comunidad Valenciana (13%).
- En 2008 las pernoctaciones realizadas en Castilla-La Mancha se incrementaron un 11,5% respecto a 2007, registrándose un total de 46,4 millones. El 85,9% de las pernoctaciones fueron realizadas por turistas procedentes de tres comunidades autónomas: Comunidad de Madrid, la propia Región manchega y Comunidad Valenciana. Asimismo, fue Toledo la provincia que registró el mayor volumen de pernoctaciones (30,7%).
- Los meses centrales del año (de mayo a agosto) concentraron el 36,6% de los viajes realizados en 2008. No obstante, marzo es el mes que agrupa la mayor afluencia turística con el 10,4% de los viajes (1,4 millones).
- El principal motivo de los viajes realizados a Castilla-La Mancha es el ocio, recreo o vacaciones. Esta motivación adquiere una mayor importancia en el caso de los que proceden de otras comunidades autónomas. Así, en la capital castellano-manchega se concentran la mayor parte de los viajes para visitar a familiares y amigos (41,4%), así como los viajes de ocio (34,2%). Por su parte, Albacete registra un importante volumen de los viajes por motivo de trabajo (28,1%). Por

otra parte, cabe destacar que los viajes de ocio están asociados sobre todo al descanso (76,8%).

Tras el análisis de todos estos trabajos se pone de manifiesto la necesidad de profundizar en el análisis de los hábitos de los turistas de la región de Castilla-La Mancha. Para ello, vamos a llevar a cabo una diferenciación, muy importante en los tiempos que corren, entre lo que se considera como turistas y excursionistas, ya que el perfil de estos dos grupos es distinto y obviamente, los hábitos también. En este trabajo se analizan las diferencias y similitudes que surgen entre turistas y excursionistas tras considerar el perfil sociodemográfico (edad, estado civil, nivel de estudios,...), la experiencia viajera (frecuencia con la que viaja, época en la que viajan,...), los hábitos turísticos (compañía, tipo de turismo,...), así como el gasto que han realizado. Para ello, realizamos una breve revisión acerca de qué se considera como turismo haciendo especial hincapié en que se entiende por turista y excursionista. A continuación, se recogen los objetivos que se persiguen, para después plantear la metodología utilizada. Por último, se recogen las principales conclusiones extraídas tras dicho análisis comparativo entre excursionistas y turistas.

El turismo: turistas versus excursionistas

El turismo es un “término que, según cómo hagamos mención del mismo, se le puede atribuir un significado y unas connotaciones (positivas o negativas). Asimismo, podrá vincularse con otros conceptos, será enmarcado en teorías y en concepciones, se estará hablando de símbolos, economía, desarrollo o cultura” (Santana, 1997:47). Teniendo en cuenta todo esto, señala que considerando “la definición de turismo como proceso y sistema abierto, el único término que merece una especial atención, pues se considera que es más adecuado y aplicable al turismo en su conjunto es el de actividad turística. De modo que, si se toma el turismo en su conjunto como una actividad, se puede aceptar una definición holística, que hace alusión al movimiento de gente a destinos fuera de su lugar habitual de trabajo y residencia, las actividades realizadas durante su estancia en estos destinos y los servicios creados para atender sus necesidades. El estudio del turismo será, así, el estudio de la gente fuera de su hábitat usual, de los establecimientos que responden a las necesidades de los viajeros, y de los impactos que ellos tienen sobre el bienestar económico, físico y social de sus anfitriones. Esta definición comprende motivaciones y experiencias de los turistas, expectativas y ajustes hechos por los residentes del área receptora y los roles que desempeñan las agencias e instituciones que interceden entre ellos,

además de las culturas de las áreas generadoras, las de destino y las optimizadas para los encuentros cara a cara” (Santana, 1997:52).

Otra definición de turismo es la que realiza Martin (2003) que hace alusión a “una forma de consumo que no está directamente relacionada con la adquisición de bienes, pero sí con el placer y la diversión. Además, el turismo se encuentra inmerso en un mundo caracterizado por ser tanto global como local, donde la globalización conduce a la estandarización de deseos y necesidades, con el fin de que las necesidades sean homogéneas, y al mismo tiempo se generan fuertes movimientos de nacionalismo y localismo”.

Más recientemente, el turismo según Tremont y Hernández (2010) es “una actividad multisectorial, que demanda la incorporación de diversas áreas productivas de los sectores tanto públicos como privados para facilitar los bienes y servicios utilizados por los turistas. No tiene límites determinados con claridad ni es un producto tangible, sino que consiste en la obtención de servicios que varía, obedeciendo a los gustos y exigencias de los turistas”.

En la economía adquiere gran relevancia el turismo, ya que se convierte en una actividad económica que genera riqueza, llegando a ser según Altés (1993) la segunda actividad mundial más importante después de la industria del petróleo y sus sectores derivados. En este sentido, Borg y Gotti (1995) señalan que el turismo constituye un elemento primordial en la economía. De ahí, la necesidad de prestarle atención, pues de esta forma se pueden conocer cuáles son sus implicaciones. En este sentido, el turista según Troitiño (2005) es un generador de riqueza y empleo, ya que es un gran consumidor de bienes y servicios, así como también introduce nuevas modalidades en el consumo.

El turismo se caracteriza por ser un sector económico dinámico, es decir, está cambiando constantemente. De modo que, “las preferencias, deseos y gustos de los viajeros están cambiando derivando en nuevos turistas, que se caracterizan por ser más activos y poseer valores orientados hacia el medioambiente, así como un consumo más ético. Además, los nuevos turistas buscan autenticidad, demandan actividades y experiencias en los destinos, con el fin de acercarse más al destino” (Martín 2003).

Las actividades relacionadas con el turismo se integran en el sector servicios, dentro de la economía nacional, y el desarrollo de su función se encuentra altamente condicionado por la evolución experimentada por el resto de los sectores económicos. Además, cabe señalar que la actividad turística supone una pieza clave ya que representa alrededor del 11% del PIB (IET, 2009).

En cuanto a las variables que se suelen utilizar para identificar la situación de la demanda turística según Esteban (2005) se pueden agrupar en dos tipos. Por un lado, variables en términos físicos como son: afluencia de visitantes; desplazamientos; servicios tales como alojamiento y transporte. Y, por otro lado, variables en términos monetarios como es el gasto realizado por los turistas.

En todo esto, un aspecto a tener en cuenta es el comportamiento del turista o visitante, que según el IET (2010b) es “toda persona que se desplaza a un lugar distinto de su entorno habitual, bien dentro o fuera de su país de residencia, por duración menor de doce meses y cuya finalidad primordial no es la de ejercer actividad remunerada en el lugar visitado. La distinción entre las dos categorías posibles de visitantes (turista/ excursionista o visitante de un día), responde únicamente al criterio de pernoctaciones realizadas en el/los lugar/es visitado/s: al menos una, en el primer caso, y ninguna en el segundo caso”.

En base a lo comentado anteriormente cabe destacar dos elementos que juegan un papel importante en el análisis del turismo son los conceptos de turista y excursionista. El excursionismo o viaje de día² viene determinado por la ausencia de pernoctación en el lugar de destino, aspecto que en la Comunidad Autónoma castellano-manchega está ampliamente extendido. En línea con esto, la Organización Mundial de Turismo (1998) enuncia que un excursionista es “un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado”. Mientras que un turista es “un pasajero que permanece una noche, por lo menos, en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado”. Asimismo, Santana (1997:47) define turista como “ese viajero ambiguo, que es hoy cualquier persona que viaja, intercomunicando experiencias y estereotipos culturales, pero también generando beneficios. Lo que cuenta, no es sólo el motivo del traslado, sino también el comportamiento de los individuos, en ese otro entorno, hacia los demás y hacia sí mismo, en el sentido del alojamiento, compras, uso del transporte, llamadas telefónicas, actividades en horas libres, encuentros e intercambios cara a cara, etc”. En definitiva, la duración de la estancia es un aspecto clave que nos sirve de base para diferenciar entre turistas y excursionistas, siendo un turista aquel que pernocta en el destino visitado, mientras que excursionista es aquel que no pasa la noche (Calle, 2006).

Todo esto nos aporta el marco teórico que pone de manifiesto la importancia de conocer el comportamiento del consumidor diferenciando entre “turistas y excursionistas”, ya que resulta de gran interés conocer las

diferencias y similitudes que existen entre ambos para poder adaptarnos a las exigencias y necesidades de los mismos.

Objetivos de la investigación

El conocimiento de los hábitos, perfil, nivel de gasto, etc., de los turistas y excursionistas que visitan un lugar tiene especial interés para la toma de decisiones en el ámbito turístico. En este sentido, aunque existen diferentes fuentes de información secundaria elaboradas por distintos organismos (INE o IET, principalmente), los datos proporcionados no se ajustan, totalmente, a las necesidades de información para la toma de decisiones en ámbitos regionales o provinciales. Por ello, el desarrollo de una encuesta ad hoc permitirá obtener información con un mayor nivel de detalle.

Ésta puede aportar una valiosa información para el oferente de servicios turísticos de la Región, así como para los responsables de la política de gestión y ordenación del turismo en las diferentes instancias de las administraciones públicas. Por tanto, el objetivo general de este estudio consiste en analizar el comportamiento de los individuos que visitan la región castellano-manchega, diferenciando entre turistas y excursionistas. Para ello, además de variables sociodemográficas, se han considerado aspectos como los motivos de viaje, las fuentes de información consultadas, los servicios contratados, la compañía, la época de visita, los medios de transporte empleados, el tipo de turismo o las actividades realizadas, el presupuesto planificado y gasto incurrido por el grupo de viaje.

Para dar cumplimiento a este objetivo genérico, se plantean los siguientes objetivos específicos: examinar la información secundaria y los datos estadísticos disponibles, desarrollar un estudio de encuesta que permita obtener información sobre los hábitos de los turistas y excursionistas en la Región y realizar un análisis comparativo entre los turistas y excursionistas que visitan la Comunidad de Castilla-La Mancha en 2009, a partir del estudio realizado en el documento de trabajo Hábitos Turísticos en Castilla-La Mancha, elaborado por el Sistema de Investigación Turística de Castilla-La Mancha (SITdCLM) en 2009.

Para alcanzar los objetivos citados, se han utilizado dos fuentes de información, por un lado fuentes de información secundaria como la procedente de los informes elaborados por el IET, los datos procedentes de la Red INFOTUR 2008, los datos sobre el número de excursionistas en destino procedentes de España, bien de otras comunidades autónomas o de la propia Región analizada (FAMILITUR), la información sobre la demanda

turística de los españoles procedente de la estadística Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar), la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) del Instituto Nacional de Estadística (INE), la Encuesta de Ocupación de Turismo Rural (EOTR) del INE y la información sobre la demanda turística y de excursionismo de los extranjeros, procedente de la estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR).

Por otro lado, la fuente de información primaria utilizada consiste en la recogida de información mediante el desarrollo de una encuesta personal diseñada específicamente para esta investigación. La encuesta se ha realizado en las cinco provincias de Castilla-La Mancha, durante los fines de semana de junio, julio, agosto y septiembre de 2009. La ficha técnica de la encuesta realizada aparece recogida en el cuadro 1.

| | TURISTAS | EXCURSIONISTAS |
|----------------------|--|----------------|
| Universo poblacional | 13.482.703 | 9.676.537 |
| Tamaño muestral | 1.771 | 789 |
| Nivel de confianza | 95,5% (K=2) | |
| Error muestral | ±2,38% | ±3,56% |
| Técnica | Encuesta personal | |
| Trabajo de campo | Fines de semana de junio, julio, agosto y septiembre de 2009 | |
| Software informático | SPSS 17.0 | |

Cuadro 1: ficha técnica del estudio

Perfil sociodemográfico: excursionistas vs. turistas

Los resultados comparativos entre turistas y excursionistas han sido apoyados con la aplicación de técnicas estadísticas de análisis de tablas de contingencia. El objetivo que se persigue con las tablas de contingencia es comprobar si existe alguna relación o asociación entre dos variables categóricas. Para verificar si la asociación es o no estadísticamente significativa se emplea la prueba de independencia chi-cuadrado considerando la hipótesis nula de independencia entre las variables categóricas.

A continuación, se procede a realizar un análisis comparativo entre los excursionistas y los turistas en Castilla-La Mancha, así como el estudio de la existencia de asociación entre ser excursionista o turista y el perfil sociodemográfico, la experiencia viajera, los hábitos turísticos y el gasto en el actual viaje a dicha Región.

Comparando el perfil sociodemográfico de los excursionistas y de los turistas en Castilla-La Mancha durante 2009, se observa que existe asociación entre ser excursionista o turista y las distintas variables sociodemográficas, es decir, no son variables independientes, sino que están relacionadas, excepto para el sexo (véase

el Cuadro 2). A continuación, analizamos las distintas variables sociodemográficas en las que existen diferencias entre los excursionistas y los turistas. Si analizamos la edad, el porcentaje más elevado de los excursionistas se sitúa en el intervalo de 25 a 34 años (25,7%), siendo superior este porcentaje en los turistas (29,5%). Puede apreciarse que conforme aumenta la edad a partir de los 35 años, el porcentaje tanto de excursionistas como de turistas disminuye, con la excepción de los excursionistas cuya edad es superior a los 65 años.

En relación con el estado civil, el 40,3% de los excursionistas y el 47,3% de los turistas están casados. Sin embargo, los solteros tienen una mayor propensión a ser excursionistas. Con respecto al nivel de estudios, el 35,4% de los excursionistas tienen estudios universitarios, siendo superior este porcentaje en los turistas

(38,8%).

En cuanto a la situación laboral, el 41,9% de los excursionistas son trabajadores por cuenta ajena, siendo este porcentaje superior al 50% en los turistas. Además, se observa que los estudiantes, jubilados y amas de casa son en una mayor proporción excursionistas. Si consideramos los ingresos men-

suales, la mayor proporción de excursionistas se corresponde con unos ingresos inferiores a 1.000€, mientras que existe un mayor porcentaje de turistas en los tramos con ingresos superiores a 1.500€.

Por último, el análisis comparativo de la comunidad autónoma de procedencia muestra que la mayor proporción de los excursionistas y turistas residen en Castilla-La Mancha (32,4% y un 19,6%, respectivamente) y en la Comunidad de Madrid (22,1% y 14,7%, respectivamente), siendo mayor el porcentaje de excursionistas que residen en Comunidades Autónomas más cercanas a Castilla-La Mancha, o incluso en la misma Comunidad.

Experiencia viajera: diferencias entre excursionistas y turistas

En relación a la experiencia viajera en Castilla-La Mancha, los resultados obtenidos muestran que existe asociación entre ser excursionista o turista y las distintas variables tenidas en cuenta para el análisis de la experiencia previa de viaje a la Región, excepto en la variable época en la que se ha visitado Castilla-La Mancha anteriormente. Para esta variable, sólo existe asociación en el caso de haber viajado fines de semana largos, siendo en el resto independientes el hecho de ser

| Variable | Escala | Excursionistas | Turistas | Valor χ^2 | Sig. |
|--------------------------------------|---------------------------|----------------|----------|----------------|-------|
| Sexo | Hombre | 49,8% | 53,6% | 3,156 | 0,076 |
| | Mujer | 50,2% | 46,4% | | |
| Edad | < 25 años | 22,5% | 13,9% | 63,950 | 0,000 |
| | 25-34 años | 25,7% | 29,5% | | |
| | 35-44 años | 19,4% | 24,2% | | |
| | 45-54 años | 13,1% | 17,9% | | |
| | 55-64 años | 8,9% | 9,6% | | |
| | > 65 años | 10,3% | 5,0% | | |
| Estado civil | Soltero/a | 35,4% | 29,4% | 25,018 | 0,000 |
| | Viviendo en pareja | 14,1% | 16,8% | | |
| | Casado/a | 40,3% | 47,3% | | |
| | Separado/a | 5,3% | 3,5% | | |
| | Divorciado/a | 5,0% | 2,9% | | |
| Nivel de estudios | Sin estudios | 7,7% | 5,5% | 10,304 | 0,036 |
| | Primarios | 14,8% | 12,5% | | |
| | Secundarios | 20,5% | 23,2% | | |
| | F. Profesional/Técnica | 21,6% | 20,0% | | |
| | Universitarios | 35,4% | 38,8% | | |
| | | | | | |
| Situación laboral | Trabajador por c. ajena | 41,9% | 52,3% | 56,217 | 0,000 |
| | Trabajador por c. propia | 12,0% | 11,1% | | |
| | Desempleado | 5,5% | 7,0% | | |
| | Profesional independiente | 2,5% | 4,3% | | |
| | Estudiante | 18,3% | 10,6% | | |
| | Jubilado | 9,3% | 5,8% | | |
| | Ama de casa | 9,2% | 7,2% | | |
| Otra situación | 1,3% | 1,7% | | | |
| Ingresos mensuales | Menos de 1.000€ | 40,6% | 25,8% | 62,503 | 0,000 |
| | Entre 1.000 y 1.250€ | 15,1% | 17,6% | | |
| | Entre 1.251 y 1.500€ | 18,1% | 18,1% | | |
| | Entre 1.501 y 1.750€ | 9,3% | 13,7% | | |
| | Entre 1.751 y 2.000€ | 6,7% | 11,0% | | |
| Más de 2.000€ | 10,1% | 13,7% | | | |
| Comunidades autónomas de procedencia | Andalucía | 4,8% | 8,3% | 299,460 | 0,000 |
| | Aragón | 1,3% | 2,7% | | |
| | Asturias | 0,4% | 1,3% | | |
| | C. Valenciana | 7,5% | 10,6% | | |
| | Castilla y León | 3,3% | 6,4% | | |
| | Castilla-La Mancha | 32,4% | 19,6% | | |
| | Cataluña | 1,5% | 3,7% | | |
| | Extremadura | 0,8% | 3,3% | | |
| | Galicia | 0,1% | 3,2% | | |
| | Madrid | 22,1% | 14,7% | | |
| | Murcia | 4,4% | 4,0% | | |
| | País Vasco | 0,8% | 1,6% | | |
| | Otras CC.AA | 0,7% | 1,2% | | |
| | Extranjero | 14,1% | 17,1% | | |

Cuadro 2: Datos sociodemográficos de los excursionistas y los turistas de Castilla-La Mancha 2009

excursionistas o turistas en el actual viaje a la Región. Con respecto a las variables que dependen de ser excursionista o turista, cabe destacar (véase el Cuadro 3) que: más de la mitad de los excursionistas y turistas que han viajado durante 2009 a Castilla-La Mancha ya lo habían hecho con anterioridad.

Sin embargo, este porcentaje es superior en los excursionistas; en media, la última visita a Castilla-La Mancha por motivos turísticos tuvo lugar en el intervalo de los seis a los doce últimos meses coincidiendo tanto para excursionistas como para turistas y en cuanto a las épocas de visita a Castilla-La Mancha, existe dependencia entre ser turista o excursionistas y haber viajado anteriormente a la Región durante fines de semana largos, siendo el mayor porcentaje en turistas (27,5%). Por último, con respecto a la frecuencia de los viajes turísticos a Castilla-La Mancha, los turistas viajan con menos frecuencia.

Hábitos turísticos de excursionistas y turistas

Con respecto a los hábitos de los excursionistas y los turistas en Castilla-La Mancha durante el viaje actual, existen varias diferencias. Cabe destacar que la compañía con la que viajan, las fuentes de información empleadas para planificar el actual viaje, la realización de reservas, los servicios contratados, los medios de transporte empleados, el tipo de turismo realizado y las actividades llevadas a cabo, están asociadas al hecho de ser excursionistas o turistas, excepto en algunos casos (véase el Cuadro 4). Concretamente, con respecto a la compañía, en el viaje turístico actual a Castilla-La Mancha existen diferencias entre los excursionistas y los turistas. Existe una mayor proporción de turistas que de excursionistas que viaja con pareja o con pareja e hijos.

Si tenemos en cuenta la planificación del viaje nos encontramos que existe un 20,3% de turistas que no planifican, mientras que en el caso de los excursionistas es el 36%. Entre las fuentes de información empleadas, destaca la no existencia de asociación entre ser excursionista o turista y utilizar la experiencia personal, siendo utilizadas Internet, el sitio web oficial de Turismo, las guías de viajes y las agencias de viajes en mayor proporción por los turistas. Existe una mayor proporción de excursionistas que de turistas que no ha realizado ningún tipo de reserva para su viaje actual a Castilla-La Mancha (un 53,5% frente a un 42,2%).

En relación con el modo utilizado para realizar las reservas del viaje actual a Castilla-La Mancha se observa que una mayor proporción de turistas han reservado directamente con la empresa que presta el servicio turístico (33,3%). Existe un porcentaje mucho mayor

| Variable | Escala | Excursionistas | Turistas | Valor X ² | Sig. |
|---|---------------------------------|----------------|----------|----------------------|-------|
| Experiencia viajera último viaje a C-LM | Han visitado anteriormente C-LM | 65,0% | 54,8% | 23,253 | 0,000 |
| Última visita a C-LM | Menos de 3 meses | 19,2% | 18,9% | 17,369 | 0,004 |
| | Entre 3 y 6 meses | 19,6% | 17,3% | | |
| | Entre 6 y 12 meses | 22,3% | 20,4% | | |
| | Entre 1 y 2 años | 21,3% | 17,6% | | |
| | Entre 2 y 3 años | 8,3% | 15,3% | | |
| | Más de 3 años | 9,3% | 10,5% | | |
| Época en la que han visitado C-LM anteriormente | Semana Santa | 35,5% | 34,2% | 0,749 | 0,688 |
| | Verano | 52,6% | 55,4% | 1,624 | 0,444 |
| | Navidad | 18,3% | 21,8% | 2,658 | 0,103 |
| | Fines de semana cortos | 46,4% | 41,4% | 3,737 | 0,154 |
| | Fines de semana largos | 21,8% | 27,5% | 6,737 | 0,034 |
| | Días laborables | 0,4% | 0,3% | 1,127 | 0,771 |
| Frecuencia de viaje a C-LM | 2 o más veces al mes | 4,5% | 5,5% | 14,745 | 0,012 |
| | 1 vez al mes | 7,4% | 7,4% | | |
| | 2-3 veces al año | 35,6% | 21,9% | | |
| | 1 vez al año | 27,8% | 23,6% | | |
| | 1 vez cada 2-5 años | 18,7% | 26,9% | | |
| | 1 vez cada 5-10 años | 6,0% | 6,6% | | |

Cuadro 3: Experiencia viajera en la región de los excursionistas y los turistas de Castilla-La Mancha 2009

de excursionistas que de turistas que no ha contratado ningún servicio durante su viaje actual a Castilla-La Mancha (un 80,1% frente a un 43,1%). En cuanto a los servicios contratados, destaca la no existencia de asociación entre ser excursionista o turista y contratar viaje organizado completo y guías turísticos. Además, señalar que el servicio más contratado por los excursionistas es el viaje organizado completo, mientras que en el caso de los turistas es restaurantes.

Respecto al medio de transporte utilizado desde el lugar de residencia para llegar al destino del viaje turístico actual, la mayoría de los excursionistas y turistas usó el coche particular. Además, cabe destacar que no existe asociación entre ser excursionista o turista y la utilización del autobús, autocaravana, avión o moto como medio de transporte; sin embargo, para la utilización del tren y coche de alquiler o particular, si existe dependencia. En cuanto al medio de transporte utilizado para moverse durante el viaje turístico actual a la Región, la mayoría de los excursionistas y turistas usan el coche particular. Además, se observa que no existe asociación entre ser excursionista o turista y la utilización de coche de alquiler, autobús o moto/bicicleta para moverse durante el actual viaje.

Con relación a los tipos de turismo, se observa que, durante el viaje actual a Castilla-La Mancha, existe una mayor proporción de turistas que de excursionistas que realizan los distintos tipos de turismo, excepto para el turismo de patrimonio. El análisis de dependencia de la Chi-Cuadrado muestra que existe asociación entre ser excursionista o turista y los tipos de turismo reali-

zados. Los resultados muestran la existencia de asociación entre ser excursionista o turista y el principal tipo de turismo del viaje actual. El mayor porcentaje de excursionistas y turistas realizan turismo de patrimonio (53,3% y 45,2% respectivamente). En relación con el destino turístico principal, se observa que existe asociación entre ser excursionista o turista y el destino turístico principal. Destacar que existe una mayor proporción de turistas que eligen Ciudad Real, Guadalajara y Toledo como destino turístico principal de su viaje, mientras que los excursionistas prefieren Albacete y Cuenca.

Por último, en cuanto a las actividades desarrolladas durante su viaje actual a Castilla-La Mancha, existe asociación entre ser excursionista o turista y las diferentes actividades realizadas, siendo superior la proporción de turistas que de excursionistas que realizan las diversas actividades, salvo en recorrer rutas turísticas y en realizar compras de productos de artesanía.

El gasto turístico de excursionistas y turistas

Por último y no por ello menos importante se lleva a cabo un análisis del gasto medio diario de los dos grupos considerados en este trabajo: excursionistas y turistas. Los resultados obtenidos muestran que existe asociación entre ser excursionista o turista y las distintas variables que miden el gasto medio diario total y por partidas realizado en el viaje turístico actual a Castilla-La Mancha (véase el Cuadro 5).

En primer lugar, respecto al gasto medio diario realizado en el viaje turístico actual, en términos comparativos, se observa que existe una mayor proporción de turistas con gasto inferior a 60€ y de excursionistas con un gasto superior a 60€.

En cuanto al gasto medio diario en transporte, la mayoría de los turistas han gastado menos de 10€ (54,4%) y la mayor proporción de excursionistas han gastado entre 10€ y 30€ (38%). Cabe destacar que el mayor gasto medio diario en transporte ha sido realizado por los excursionistas. Con relación al gasto medio diario en alimentación en bares y restaurantes, más de la mitad de los turistas han gastado menos de 10€ (53,9%) y ningu-

| Variable | Escala | Excursionistas | Turistas | Valor X ² | Sig. |
|-----------------------------------|-----------------------------------|----------------|----------|----------------------|-------|
| Compañía | Solo | 9,7% | 8,0% | 31,237 | 0,000 |
| | Con pareja | 31,6% | 33,0% | | |
| | Con pareja e hijos | 5,6% | 9,5% | | |
| | Con familia | 17,4% | 16,9% | | |
| | Con amigos | 21,5% | 20,8% | | |
| | Con comp. de trabajo | 1,1% | 2,4% | | |
| | Con grupo organizado | 10,7% | 6,4% | | |
| Fuentes de información | Otros (mezcla) | 2,4% | 3,1% | 71,071 | 0,000 |
| | Sin planificación | 36,0% | 20,3% | | |
| | Familiares/amigos | 32,1% | 37,2% | | |
| | Experiencia personal | 16,3% | 15,8% | | |
| | Agencias de viajes | 6,7% | 14,4% | | |
| | Ferias de turismo | 0,4% | 2,9% | | |
| | Guías de viaje | 15,0% | 18,5% | | |
| | Folleto/revistas | 4,4% | 8,0% | | |
| | Sitio web oficial de Turismo C-LM | 13,3% | 23,8% | | |
| | Internet | 33,6% | 46,8% | | |
| Forma de reserva | Sin reservas | 53,5% | 42,2% | 38,809 | 0,000 |
| | Directamente | 13,1% | 33,3% | 100,759 | 0,000 |
| | Por intermediario | 10,4% | 24,5% | 66,389 | 0,000 |
| Servicios contratados | Sin contratar | 80,1% | 43,1% | 300,650 | 0,000 |
| | Viaje organizado completo | 7,7% | 7,2% | 0,220 | 0,639 |
| | Guías turísticos | 4,2% | 4,8% | 0,525 | 0,469 |
| | Alquiler de coche | 7,5% | 5,1% | 5,254 | 0,022 |
| Medios de transporte para llegar | Restaurante | 6,7% | 8,6% | 2,773 | 0,096 |
| | Coche particular | 53,2% | 57,4% | 3,898 | 0,048 |
| | Coche de alquiler | 10,0% | 7,5% | 4,200 | 0,040 |
| | Autocaravana | 1,0% | 1,9% | 2,718 | 0,099 |
| | Autobús | 18,9% | 18,4% | 0,109 | 0,741 |
| | Tren | 10,6% | 14,3% | 6,007 | 0,014 |
| | Avión | 16,3% | 21,0% | 7,066 | 0,088 |
| Medios de transporte para moverse | Moto | 3,9% | 3,3% | 0,659 | 0,417 |
| | Coche particular | 53,2% | 60,6% | 11,865 | 0,001 |
| | Coche de alquiler | 10,1% | 8,5% | 1,704 | 0,192 |
| | Autocaravana | 0,5% | 1,7% | 5,562 | 0,018 |
| | Autobús | 22,2% | 23,2% | 0,242 | 0,622 |
| | Tren | 2,2% | 4,9% | 10,482 | 0,001 |
| | Moto/bicicleta | 3,9% | 4,4% | 0,300 | 0,584 |
| Tipo de turismo | Taxi | 0,0% | 0,5% | 4,050 | 0,044 |
| | Activo y Ecoturismo | 16,9% | 26,9% | 2075,208 | 0,000 |
| | Salud y Bienestar | 15,2% | 27,0% | 2114,727 | 0,000 |
| | Naturaleza/Rural | 30,4% | 34,5% | 1754,144 | 0,000 |
| | Enológico | 8,4% | 13,5% | 2324,796 | 0,000 |
| | Congresos/Reuniones | 3,2% | 4,2% | 2480,204 | 0,000 |
| | Gastronomía | 28,9% | 34,7% | 1782,126 | 0,000 |
| | Patrimonio | 51,4% | 51,2% | 1247,221 | 0,000 |
| | Cinematográfico | 4,2% | 5,3% | 2453,564 | 0,000 |
| | Ruta de Don Quijote | 10,6% | 14,5% | 2268,102 | 0,000 |
| Tipo de turismo principal | Activo y Ecoturismo | 7,1% | 11,2% | 44,102 | 0,000 |
| | Salud y Bienestar | 3,6% | 8,0% | | |
| | Naturaleza/Rural | 21,9% | 20,7% | | |
| | Enológico | 1,4% | 2,7% | | |
| | Congresos/Reuniones | 3,2% | 3,0% | | |
| | Gastronomía | 7,3% | 5,4% | | |
| | Patrimonio | 53,3% | 45,2% | | |
| | Cinematográfico | 0,1% | 0,2% | | |
| Destino principal | Ruta de Don Quijote | 2,1% | 3,6% | 15,340 | 0,004 |
| | Albacete | 20,2% | 15,1% | | |
| | Ciudad Real | 15,8% | 18,7% | | |
| | Cuenca | 20,5% | 18,1% | | |
| | Guadalajara | 14,3% | 16,6% | | |
| Tipo de actividad | Toledo | 29,2% | 31,5% | 1620,354 | 0,000 |
| | Descanso | 32,4% | 53,0% | | |
| | Gastronomía | 39,4% | 48,2% | | |
| | Diversión nocturna | 8,2% | 22,7% | | |
| | Práctica de deportes | 7,9% | 12,2% | | |
| | Recorrer rutas turísticas | 41,9% | 40,8% | | |
| | Asistencia a espectáculos | 7,6% | 14,9% | | |
| | Compra artesanía | 17,5% | 17,5% | | |
| | Otras compras | 22,5% | 24,4% | | |
| | Excursiones | 18,4% | 26,6% | | |
| | Visita familiares/amigos | 11,4% | 16,1% | | |
| Actividades niños | 2,5% | 4,9% | | | |
| Otros | 2,4% | 1,4% | 2517,280 | 0,000 | |

Cuadro 4: Hábitos turísticos de los excursionistas y los turistas de Castilla-La Mancha 2009

no de ellos ha gastado más de 100€ (0%). Por otro lado, la mayor proporción de excursionistas han gastado entre 10€ y 30€ (46,8%).

Por otro lado, la gran mayoría de turistas y excursionistas han gastado de media diaria en alimentación en comercio menos de 10€ (82,5% y 67%, respectivamente). En lo que respecta al gasto medio diario en ocio, el mayor porcentaje tanto de turistas como de excursionistas gasta menos de 10€ (86,3% frente a 66,8%). Además, el porcentaje de excursionistas es superior al de turistas cuando el gasto es superior a 10€. En cuanto al gasto medio diario en compras de productos de artesanía, ocurre lo mismo que en ocio, la gran mayoría de los turistas y excursionistas han gastado menos de 10€ (80,6% y 67,4%, respectivamente).

Por último, en relación al gasto medio diario en otras compras, en términos comparativos, existe una mayor proporción de turistas con un gasto medio diario inferior a 30€ y de excursionistas con un gasto superior a 30€. Si bien, la mayoría de turistas y excursionistas tienen un gasto medio diario inferior a 10€ (73,8% y 65,8%, respectivamente).

Conclusiones

Pese a los marcados efectos de la crisis económica y financiera de los últimos años, la actividad turística interior, en términos de viajes realizados, se ha visto incrementada por el dinamismo de los viajes de los residentes.

El turismo, considerado como uno de los sectores impulsores del sistema económico español, pese a la importante amenaza provocada por la desfavorable situación actual, se mantiene estable e incluso registra cierta evolución al alza. 2008 y 2009 han sido unos años marcados por los efectos de la crisis económica y financiera, especialmente observables a partir del segundo semestre del año 2008. Sin embargo, la actividad turística interior, en términos de viajes realizados, se ha visto incrementada por el dinamismo de los viajes realizados por los residentes. Singularmente, debe destacarse el aumento de la actividad turística en Castilla La Mancha y Aragón impulsado por los viajes de los residentes. Estos datos demuestran que la cali-

dad de la industria turística ha mejorado, lo cual está repercutiendo positivamente en la experiencia del viajero residente y extranjero y, en consecuencia, en el consumo y gasto turísticos.

En base a los resultados obtenidos se extraen las principales conclusiones basadas en la comparativa entre excursionistas y turistas considerando el perfil sociodemográfico, la experiencia viajera, los hábitos y el gasto realizado (véase el Cuadro 6).

Comparando el perfil sociodemográfico de los excursionistas y de los turistas en Castilla-La Mancha durante 2009, se observa que existe asociación entre ser excursionista o turista y la edad, estado civil, nivel de estudios, situación laboral, ingresos mensuales y la comunidad autónoma de procedencia. El porcentaje más elevado de excursionistas se sitúa en el intervalo de 25 a 34 años (25,7%), siendo superior este porcentaje en los turistas (29,5%). El mayor porcentaje de excursionistas y turistas están casados, tienen estudios

universitarios y son trabajadores por cuenta ajena. En cuanto a los ingresos mensuales, la mayor proporción de excursionistas se corresponde con unos ingresos inferiores a 1.000€, mientras que existe un mayor porcentaje de turistas en los tramos con ingresos superiores a 1.500€. Con respecto a la procedencia, la mayor proporción de excursionistas y turistas residen en Castilla-La Mancha y en la Comunidad de Madrid, siendo mayor el porcentaje de excursionistas que residen en Comunidades Autónomas más cercanas a Castilla-La Mancha, o incluso en la misma Comunidad.

En relación a la experiencia viajera en Castilla-La Mancha, los resultados obtenidos muestran que existe asociación entre ser excursionista o turista y el haber visitado anteriormente Castilla-La Mancha (un 65% de

| Variable | Escala | Excursionistas | Turistas | Valor X ² | Sig. |
|--------------------------------------|-------------------|----------------|----------|----------------------|-------|
| Viaje | Menos de 10€ | 3,9% | 6,8% | 84,590 | 0,000 |
| | Entre 10€ y 30€ | 18,8% | 26,5% | | |
| | Entre 31€ y 60€ | 27,5% | 29,6% | | |
| | Entre 61€ y 100€ | 23,1% | 19,4% | | |
| | Entre 101€ y 300€ | 17,0% | 15,0% | | |
| | Entre 301€ y 500€ | 5,2% | 2,2% | | |
| | Más de 500€ | 4,4% | 0,6% | | |
| Transporte | Menos de 10€ | 34,9% | 54,4% | 108,984 | 0,000 |
| | Entre 10€ y 30€ | 38,0% | 32,3% | | |
| | Entre 31€ y 60€ | 12,1% | 7,9% | | |
| | Entre 61€ y 100€ | 6,1% | 2,4% | | |
| | Más de 100 € | 8,9% | 3,0% | | |
| Alimentación en bares y restaurantes | Menos de 10€ | 24,1% | 53,9% | 233,385 | 0,000 |
| | Entre 10€ y 30€ | 46,8% | 36,3% | | |
| | Entre 31€ y 60€ | 18,7% | 8,2% | | |
| | Entre 61€ y 100€ | 7,8% | 1,6% | | |
| | Más de 100 € | 2,6% | 0,0% | | |
| Alimentación en comercio | Menos de 10€ | 67,0% | 82,5% | 46,495 | 0,000 |
| | Entre 10€ y 30€ | 26,4% | 15,4% | | |
| | Entre 31€ y 60€ | 5,3% | 1,7% | | |
| | Entre 61€ y 100€ | 1,1% | 0,3% | | |
| | Más de 100 € | 0,3% | 0,2% | | |
| Ocio | Menos de 10€ | 66,8% | 86,3% | 125,742 | 0,000 |
| | Entre 10€ y 30€ | 24,3% | 12,8% | | |
| | Entre 31€ y 60€ | 7,4% | 3,7% | | |
| | Entre 61€ y 100€ | 1,5% | 0,1% | | |
| | Más de 100 € | 0,0% | 0,1% | | |
| Compras de productos de artesanía | Menos de 10€ | 67,4% | 80,6% | 61,544 | 0,000 |
| | Entre 10€ y 30€ | 21,3% | 17,2% | | |
| | Entre 31€ y 60€ | 8,4% | 1,8% | | |
| | Entre 61€ y 100€ | 2,0% | 0,1% | | |
| | Más de 100 € | 0,8% | 0,4% | | |
| Otras compras | Menos de 10€ | 65,8% | 73,8% | 68,193 | 0,000 |
| | Entre 10€ y 30€ | 16,3% | 21,2% | | |
| | Entre 31€ y 60€ | 10,8% | 3,3% | | |
| | Entre 61€ y 100€ | 3,3% | 1,1% | | |
| | Más de 100 € | 3,8% | 0,7% | | |

Cuadro 5: Gasto de los excursionistas y los turistas de Castilla-La Mancha 2009

excursionistas frente a un 54,8% de turistas), la última visita turística realizada a Castilla-La Mancha (en el intervalo de los seis a los doce últimos meses tanto para los excursionistas como para los turistas) y la frecuencia con la que viajan por motivos turísticos a la Región (los turistas viajan con menos frecuencia a Castilla-La Mancha). En cuanto a la época en la que han visitado Castilla-La Mancha anteriormente sólo existe asociación en el caso de haber viajado fines de semana largos, siendo el mayor porcentaje en turistas (27,5%).

Con respecto a los hábitos de los excursionistas y de los turistas en Castilla-La Mancha durante el viaje actual, existen varias diferencias. Cabe destacar que existe asociación entre el hecho de ser excursionista o turista y la compañía con la que viajan (existe una mayor

| Variable | Escala | Excursionistas | Turistas | Valor X ² | Sig. |
|---|---------------------------------|----------------|----------|----------------------|-------|
| Edad | 25-34 años | 25,7% | 29,5% | 63,950 | 0,000 |
| Estado civil | Casado/a | 40,3% | 47,3% | 25,4 | 0,000 |
| Nivel de estudios | Universitarios | 35,4% | 38,8% | 10,304 | 0,036 |
| Situación laboral | Trabajador por cuenta ajena | 41,9% | 52,3% | 56,217 | 0,000 |
| Ingresos mensuales | Menos de 1.000€ | 40,6% | 25,8% | 62,503 | 0,000 |
| | Más de 1.500€ | 17,1% | 38,4% | | |
| Comunidades autónomas de procedencia | Castilla-La Mancha | 32,4% | 19,6% | 299,460 | 0,000 |
| | Madrid | 22,1% | 14,7% | | |
| Experiencia viajera | Han visitado anteriormente C-LM | 65,0% | 54,8% | 23,253 | 0,000 |
| Última visita a C-LM | Entre 6 y 12 meses | 22,3% | 20,4% | 17,369 | 0,004 |
| Época en la que han visitado C-LM anteriormente | Fines de semana largos | 21,8% | 27,5% | 6,737 | 0,034 |
| Compañía | Con pareja | 31,6% | 33,0% | 31,237 | 0,000 |
| | Con pareja e hijos | 5,6% | 9,5% | | |
| Fuentes de información | Sin planificación | 36,0% | 20,3% | 71,071 | 0,000 |
| Forma de reserva | Sin reservas | 53,5% | 42,2% | 24,452 | 0,000 |
| Servicios contratados | Sin contratar | 80,1% | 43,1% | 300,650 | 0,000 |
| Medios de transporte para llegar | Coche particular | 53,2% | 57,4% | 3,898 | 0,048 |
| Medios de transporte para moverse | Coche particular | 53,2% | 60,6% | 11,865 | 0,001 |
| Tipo de turismo principal | Patrimonio | 53,3% | 45,2% | 44,102 | 0,000 |
| Destino principal | Toledo | 29,2% | 31,5% | 15,340 | 0,004 |
| Viaje | Menos de 60€ | 50,2% | 62,9% | 84,590 | 0,000 |
| | Más de 60€ | 49,7% | 37,2% | | |
| Alimentación en bares y restaurantes | Menos de 10€ | 24,1% | 53,9% | 233,385 | 0,000 |
| | Entre 10€ y 30€ | 46,8% | 36,3% | | |
| Alimentación en comercio | Menos de 10€ | 67,0% | 82,5% | 46,495 | 0,000 |
| Ocio | Menos de 10€ | 66,8% | 86,3% | 125,742 | 0,000 |
| Compras de productos de artesanía | Menos de 10€ | 67,4% | 80,6% | 61,544 | 0,000 |
| Otras compras | Menos de 10€ | 65,8% | 73,8% | 68,193 | 0,000 |

Cuadro 6: Resumen de semejanzas y diferencias entre los excursionistas y los turistas de Castilla-La Mancha 2009

proporción de turistas que de excursionistas que viaja con pareja o con pareja e hijos), las fuentes de información empleadas para planificar el actual viaje (existe un 20,3% de turistas que no planifican, mientras que este porcentaje es mayor en los excursionistas el 36%), la realización de reservas (el 53,5% de los excursionistas no ha realizado ninguna reserva, frente a un 42,2% de turistas), los servicios contratados (el 80,1% de excursionistas no ha contratado ningún servicio, en comparación con el escaso 43,1% de turistas), los medios de transporte empleados (la mayoría de los excursionistas y turistas usó el coche particular), los tipos de turismo realizados (existe una mayor proporción de turistas que de excursionistas que realizan los distintos tipos de turismo, excepto para el turismo de patrimonio), principal tipo de turismo (el mayor porcentaje de excursionistas y turistas realizan turismo de patrimonio), principal destino turístico (el porcentaje de turistas que eligen Toledo como destino turístico principal de su viaje es mayor que el de excursionistas) y las actividades llevadas a cabo (la proporción de turistas que realizan las diversas actividades es superior a la de excursionistas, salvo en recorrer rutas turísticas y en realizar compras de productos de artesanía).

Por último, en cuanto al gasto de los excursionistas y de los turistas en Castilla-La Mancha durante 2009, se observa que existe asociación entre ser excursionista o turista y el gasto medio diario. La mayor proporción de excursionistas realizan un gasto medio diario en el viaje actual superior a 60€, mientras que el mayor porcentaje de turistas realizan un gasto inferior a 60€. En cuanto al transporte, los excursionistas son los que realizan un mayor gasto medio diario. El mayor porcentaje de turistas ha gastado en alimentación en bares y restaurantes menos de 10€, mientras que el mayor porcentaje de excursionistas ha gastado entre 10€ y 30€. Con respecto al gasto realizado en alimentación en comercio, ocio, compras de productos de artesanía y otras compras, la mayor proporción de turistas y excursionistas tienen un gasto medio diario inferior a 10€.

Para finalizar, teniendo en cuenta todo esto señalar que toda esta información pone de manifiesto que existen convergencias y divergencias entre turistas y excursionistas. Asimismo, dicho conocimiento permite conseguir un doble objetivo: por un lado, conocer mejor la demanda turística; y por otro lado, en base a la información obtenida elaborar una oferta que se adapte mejor a las necesidades y deseos de la demanda turística, pues tal y como se señalaba al principio de este trabajo el sector turístico se encuentra inmerso en un mundo donde las necesidades y deseos de los consumidores están cambiando constantemente.

Bibliografía

- Altes, M. C.
1993 *Marketing y Turismo, Introducción al Marketing de Empresas y Destinos Turísticos*, Síntesis. S.A., Madrid.
- Borg, J. y Gotti, G.
1995 "Tourism an Cities of Art. The impact of tourism and visitors flow management in Aixan Provence Amsterdam, Bruges, Florence. Oxford, Salzburg and Venice. Unesco Roste, Venecia.
- Calle, V. M.
2006 *La ciudad histórica como destino histórico*, Editorial Ariel.
- Esteban, A
2005 "La demanda de servicios culturales: aspectos motivacionales y funcionales del consumidor de turismo cultural". En Sevilla, C., Móndejar, J.A., y Borja, M.A. (Eds.), *Gestión del turismo cultural y de ciudad*, pp. 95-114.
- España. EXCELTUR
2010 *Perspectivas Turísticas. Balance empresarial del primer trimestre y la Semana Santa de 2010 y perspectivas para el resto de 2010*, nº 32, abril.
- Instituto de Estudios Turísticos
2010a *Balance del Turismo (año 2009)*, Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid.
- Instituto de Estudios Turísticos
2010b *Encuesta de Movimientos turísticos en Fronteras (FRONTUR) y Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) (año 2009)*, Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid.
- Instituto de Estudios Turísticos
2009 *Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR) en Castilla-La Mancha (año 2008)*, Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid.
- Instituto de Estudios Turísticos
2006 *Comportamientos Turísticos de los Residentes en la Unión Europea (año 2006)*, Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid.
- Martín, B.
2003 "Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: el patrimonio cultural", *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1 (2):155-160.
- Organización Mundial de Turismo
1998 "Introducción al turismo". En http://www.gastroestrategias.com/Introducci_n_al_turismo.pdf

Santana, A.

1997 "Antropología y turismo ¿Nuevas hordas, viejas culturas?". Barcelona: Editorial Ariel.

Tremont, C. y Hernández, J. E.

2010 "Calidad de servicio (personal en contacto y soporte físico) de los establecimientos de alojamiento del municipio Carirubana Estado Falcón", PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 8 (1):219-235.

Troitiño, M. A.

2005 "Retos y oportunidades en la gestión del turismo cultural y de ciudad". En Sevilla, C., Mondéjar, J.A., y Borja, M.A. (Eds.), Gestión del turismo cultural y de ciudad, pp. 15-27.

Notas

1 Este estudio se ha desarrollado dentro del Proyecto de Investigación "Elaboración y mantenimiento del sistema de investigación turística de Castilla-La Mancha (SITdCLM)", financiado por la Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, 2008-2010.

2 Definición excursionismo. Según el informe Movimientos Turísticos de los Españoles 2008 (FAMILITUR) se considera excursión a "cualquier desplazamiento sin pernoctación fuera del entorno habitual realizado por motivo de ocio en el hogar".

Recibido: 13/09/10
Reenviado: 14/02/11
Aceptado: 17/02/11
Sometido a evaluación por pares anónimos

Is certification for sustainable tourism complementary to ISO 9000 certification? The case of the Parque del Lago Hotel in Costa Rica

Kattia Vasconcelos-Vasquezⁱ

National University of Costa Rica (Costa Rica)

Francisco Balbastre-Benaventⁱⁱ

Ana Maria Redondo-Canoⁱⁱⁱ

University of Valencia (España)

Resumen: El valor de este trabajo radica en el hecho de que proporciona un análisis comparativo entre las normas ISO 9000:2000 y las normas de sostenibilidad de Costa Rica CST. Su objetivo es obtener las diferencias y similitudes entre ambos sistemas de certificación, a partir de su comparación y del análisis de su contribución a la gestión empresarial y la sostenibilidad. El análisis destaca que los deben realizarse cambios organizativos en la empresa para lograr la eficiencia y garantizar la satisfacción del cliente.

Palabras clave: Turismo sostenible; Certificación turística; Certificación de calidad; Estudio de caso.

Título: ¿Es la certificación de turismo sostenible complementaria a la norma ISO 9000? El caso del Hotel parque del Lago en Costa Rica.

Abstract: The value of this paper lies in the fact that it provides a comparative analysis between ISO 9000:2000 standards and the Costa Rica CST sustainability standard. It aims to obtain differences and similarities between both certification systems from this comparison and to analyze how they contribute to business management and sustainability. The analysis highlights which organizational changes a company must develop in order to achieve efficiency and ensure customer satisfaction.

Keywords: Sustainable tourism; Tourism certification; Quality certification; Case study

ⁱ Associate Professor. National University of Costa Rica. E-mail: kvascon@una.ac.cr

ⁱⁱ Associate Professor. Department of Business Administration. University of Valencia (Spain). E-mail: Francisco.Balbastre@uv.es

ⁱⁱⁱ Associate Professor. Department of Business Administration. University of Valencia (Spain). E-mail: Ana.Redondo@uv.es

Introduction

The critical situation of nature and the ecological and social crisis all over the world has increased public awareness of respect for the environment. As a consequence, the last few years have shown a rapid increase in ecotourism¹ (Hassan, 2000). This naturalist approach to tourism has meant a change in the habits and expectations of tourists all over the world (Honey, 1999), which have evolved into a different kind of tourism in which tourists take a more active role and are more involved with the environmental and cultural interests of tourist destinations. People thus demand higher quality services which protect the environment and preserve local cultures yet also enable them to enjoy their leisure time at the same time (Honey, 1999).

Ecotourism is the specialized segment of responsible tourism which encourages nature conservation and respect for the cultural values of the different destinations. Ecotourism favors the social and economic improvement of diverse local communities and tries to create awareness about the local problems and satisfy customers ethically. This means designing activities based around the environment and facilitating direct contact with nature and local culture.

Costa Rica was a pioneer in this kind of tourism and became one of the world's main "green" destinations, as we can observe in literature: "Costa Rica has established a reputation as an ecological paradise (Napier, 1997, WEF, 2007). "The country boasts breath-taking natural beauty and national parks teeming with wildlife" (Napier, 1997). "Costa Rica is one of the world's most biodiverse countries and, with more than dozen parks and other protected areas, has preserved more than 10% of the country's primary forests. The country has also experienced rapid growth in international tourism arrivals due in large part to these national parks" (Lindberg and Aylward, 1999). "An emblem of Costa Rica tourism, the country's level of environmental sustainability earned it 27th place in the world" (Garnica, 2009). 28% of the territory is protected (WEF: 2008, Bien, 2000) and has become a potential place to visit for the ecotourism segment. Moreover, private initiatives are being adopted to protect other forests in the country, in an attempt to make this tourist advantage stronger and enable Costa Rica to compete as an international ecological destination.

Costa Rica was ranked in 44th place (WEF, 2008) in the World Economic Forum's tourist competitiveness assessment. The determining factors of the ranking are nature and cultural resources together with human resource factors. Also, Costa Rica (Coco Island) is ranked

as the number one destination for biodiversity research (ICT: 2008) and number two as an ecotourism destination for NAT GEO (Bien, 2006; ICT, 2008). And ICT data (2008) shows that the main reasons for visiting Costa Rica (90%) are directly related to nature. Bearing in mind these considerations it can be thought that hotels in Costa Rica have interest in adapting their systems and facilities to cater for this profile of potential tourist.

Moreover, tourism is vital for Costa Rica as it represents the main source of income, over and above the coffee, banana, pineapple and pharmaceutical industries. According to Porter (1996: 36) Costa Rica's tourist industry is based on three elements: a) the country and region's position, b) ecological diversity and unique environmental resources, c) agricultural and forest potential all year round. To this respect Molina and Chaves (2004) add that the competitive advantage that Costa Rica has got in ecotourism is based on local, national and transnational companies; local, foreign and international non-profit organizations; national research centers and other public organizations.

From a worldwide perspective, the tourist sector is highly competitive and globalization increases competitiveness. In this context, the development of quality management systems becomes a potential source of competitive advantage for firms competing in this industry (Escrig et al., 2001; Flynn et al., 1995), though Dale (2007: 303) establishes that a company does not achieve superior performance merely by quality management certification as the latter becomes a pre-competitive issue and separate from the ability to compete, which depends on many other factors.

In the early stages of the use of quality in the tourist sector, and especially in the case of hotels, measures concentrated on assessing the physical facilities (comfort, cleanliness, number of rooms, etc.) which determined the number of stars. Subsequently, different service-related aspects have been added to evaluation methods and tools. To this respect, outstanding have been the contributions of Parasuraman et al. (1988, 1991, 1993 and 1994) with the creation and refinement of the SERVQUAL method. The consideration of both tangible and intangible aspects of service quality is today the fundamental base for measuring hotel quality.

As has been the case in other sectors, hotels have been influenced by the use of ISO 9001 & ISO 14001 standards (Bien, 2000; Padrón and Espino, 2007). One of the main advantages of ISO standards is that they are respected internationally and potential customers recognize the importance of having ISO certification. However, ISO standards do not include sustainability issues which are highly relevant in countries oriented

to ecotourism, such as Costa Rica (Bien, 2008). Similarly, although there is a technical ISO committee on tourism (TC 228) there is no ISO standard on sustainable tourism and there is little likelihood that an ISO standard with those characteristics will be developed (Bien, 2008: 15).

Costa Rica, as a leader in sustainable tourism, has used a good strategy to promote its advantages internationally. The government has helped the process by designing and encouraging specific policies and international agreements on sustainable development (Bien, 2008). In this respect, the Costa Rica Tourism Institute (ICT) proposed the program for Certification for Sustainable Tourism, "CST". This certification has been accepted by the World Organization for Tourism, as a program that is modifying the way tourism is conducted (Bien, 2000: 3; Rivera, 2002; Monge, 2003; 6). Although CST has been created for the whole tourist sector, hotels have been the first group to use it (Monge, 2003).

CST is being extensively developed as short-term results show. In addition, the Inter-American Development Bank asks interested firms to pass the evaluation process in order to offer help to new tourist projects (with emphasis on sustainable tourist projects).

The "CST" brand represents fulfilling tourist expectations regarding sustainable tourism (Molina and Chaves 2004; Bien, 2008) and influences demand considerably, as tourists prefer to go to hotels which have CST. Consequently, certified firms will achieve competitive advantages and higher levels of profitability (Rovinsky, 2007: 24). To a certain extent, the international market demands certification; if the firm has it, certification will turn into a real source of competitive advantage based on the international image of Costa Rica with respect to the environment (Honey and Bien, 2005).

Given the relevance of standards for hotels, the present paper tries to compare the certification for sustainable tourism (CST) given by the Costa Rica Tourism Institute (ICT) and ISO 9001:2000 certifications to check how they compliment each other with the aim of analyzing how the combined use of both certifications can improve managerial practices and sustainability. The analysis was carried out on the Parque del Lago Hotel (PLH), the first hotel in Costa Rica to obtain both certifications.

The work is structured into an introduction, a subsequent section which includes the main aspects included in ISO and CST standards. A third section, which compares the analysis of both certifications, a fourth section describing the methodological aspects, and a fifth section which includes results from the case analysis. Finally, the main conclusions and references are set out.

The ISO 9000 standards: a brief description

The ISO standard is an international regulation which is said to be the world's number one standard. It "is gradually being adopted by hospitality companies" (Claver et al, 2006). ISO certification shows a clear customer orientation and an interest in internal efficiency (Casadesús and Karapetrovic, 2005). Accordingly, when a firm tries to certify its quality system under ISO standards it aims to achieve two important results: increased productivity and external recognition (Salleh and Wee-Keat, 2001).

Increases in productivity are obtained thanks to better documentation of procedures, more knowledge of quality issues, better communication strategies and a positive cultural change. These changes cause an increase in efficiency and operational productivity as costs are reduced. The objective is to develop "a documented Quality Management System, and not a system of documents" ISO/TC 176. Additionally, the required formalization contributes to making different work instructions clear, to improving internal communication and favoring employees' commitment and motivation (as they participate in the improvement of the different processes) (Nield and Metin, 1999; Chow-Chua et al., 2003).

At an external level, the ISO standard enables the firm to look for new market opportunities. The quality image of the firm improves, and as a result so does the degree of customer satisfaction. Consequently, the firm will increase its participation in the market thanks to the competitive advantage that certification offers (Casadesús and Karapetrovic, 2005; Chow-Chua, et al., 2003; Santos et al., 2002). Firms will also be able to take further advantage and increase profits if they define clear objectives, involve all the employees and obtain the commitment of the organization as a whole (Naveh, et al., 2004).

Most studies "suggest that ISO certification should help a company improve operations, strengthen marketing and boost staff morale" (Nield and Kozak, 1999; Wong, 1998; Claver et al., 2006). Claver et al. (2009) assure that quality certifications in hotels is an important strategic option "because they may facilitate the development of key factors and may have an impact on the firm's performance". The authors propose the need for more research to investigate the relationship between certification and performance (Claver et al., 2009), given the scarce literature on the subject.

To implement the ISO 9000 standard employees must be specifically trained; the firm has to define its document structure and the organization's characteris-

tics in order to focus on customer requirements (Ho et al., 1995; Walker and Salameh, 1996; Sheldon, 2003). However, the implementation of the standard can be perceived as costly (in time and invested resources), bureaucratic and with a limited margin for employee participation.

Implementation and certification of a Quality Management System based on the ISO 9001 standard has organizational implications; namely, changes in working methods, procedure control and the management of non-conformities, affecting what, who, how and why (Schenkel, 2004; Moreno et al., 2001).

Table 1 summarizes different research on ISO standards. As we can observe, and as a result of certification, some organizations have improved their position in the market and have increased productivity; but others have not obtained satisfactory results, perceiving the process as time-consuming, expensive and bureaucratic (Brown, 1993).

| Advantages of certification ISO 9000 | References |
|--|---|
| Quality improvements/Costs reduction Implanting ISO 9000 generates quality of the products and a cost reduction | Sun 2000, Khan and Hafiz, 1999, Mc Adam and McKeown 1999, Sun, 1999, Kanji 1998, Rao, Ragu-Nathan and Solís, 1997 |
| Sales improvement Superior sales and a better positioning of "certified" firms with respect of those not certified | Sun, 2000, Khan and Hafiz 1999, McAdam and McKeown 1999, Kanji 1998, Rao, Ragu-Nathan and Solís 1997. |
| Improvement in management practices Improvement in management practices compared with the previous situation to certification | Lee and Palmer 1999, Rao, Ragu-Nathan and Solís 1997 |
| Improvement of the perception of quality on the part of employees, together with a better understanding of individual responsibilities | Acharya and Sanjit 2000; Lima, Resende and Hasenclever 2000, Lee and Palmer 1999; Mcadam and McKeown 1999, Mezher and Ramadan, 1999, Kanji 1998, Rao, Ragu-Nathan and Solís 1997, Skrabec and Ragu-Nathan, 1997 |
| Improvements of communication and coordination among departments and organization | Acharya and Sanjit 2000, Lee and Palmer 1999, Bhuian 1998, Kanji 1998, Elmuti 1996. |
| Disadvantages of the ISO 9000 Standard | References |
| Implanting the ISO 9000 standard does not encourage productivity, quality or profitability | Zhang 2000, Lima, Resende and Hasenclever 2000, Simmons and White 1999, Terzionski, Sohal, and Moss 1999; Van Der Wiele and Brown 1998, Van Der Wiele and Brown 1997 |
| The system does not affect sales, competitiveness or profits | Simmons and White 1999, Van Der Wiele and Brown 1998, Van Der Wiele and Brown 1997 |
| Certification does not generate better quality practices | Hua et al. 2000; Huarng Horng and Chen 1999; Lee and Palmer 1999; Huarng, 1998; Shih, Huarng and Lin 1996. |
| The system requires a lot of documents and requirements to update the system, thus increasing quality costs | Simmons and White 1999, Van Der Wiele and Brown 1998. |

Table 1.- Research on the results of implementing the ISO 9001 standard. Source: Adapted from Jason et. al. (2005)

These results suggest that is not the standard but the way of managing the process and the market segment the firm operates in which are the key factors in the process. A proper structure based on internal and external customer requirements, and strategic agreements with suppliers are the key factors for successful management (without certifications that support this way of managing) (Ruzevicius et al., 2004: 9). Consequently, hotels that want to be ISO 9000 certified need to establish equilibrium between achieving quality and the efforts required to obtain certification; and may also adapt the process to their own characteristics and to the type of service offered (Gavin et al., 2001).

The Costa Rica Certification for Sustainable Tourism (CST): a brief description

The main goal of CST is to convert the concept of sustainability into something real, practical and necessary

for tourism to be competitive in Costa Rica. As a consequence, the way of using natural and social resources, active participation of local communities and firms' competitiveness will improve (ICT: 2008; Honey and Bien, 2008).

CST is a tool for tourism firms as it generates an increase in the demand for more sustainable tourism that preserves natural resources.

CST guarantees the homogeneity and quality of products and services, allowing the customer to observe the existing differences between diverse firms in the sector (Solano, 2007: 25; Honey and Bien, 2005). Simultaneously, CST encourages a model for sustainability that enables an improvement in quality through the participation of the different sectors involved. This process gives the model institutional support, credibility and reliability (Solano et al. 2003: 27).

CST has international prestige and constitutes a differentiating element for the firms that have it. Certification assures that the firm has an internal quality management system (Honey and Bien, 2005:2). Nowadays, CST forms part of the ISTC (International Sustainable Tourism Commission), under the supervision of the OMT (Honey and Bien, 2005; Rivera, 2002). Both organizations (ISTC, OMT) are promoting CST to become an official

ISO standard (Bien, 2000).

There are 84 certified hotels in Costa Rica and another 16 firms linked to the country’s tourist sector. It is being used in Central America and South America, and has been adapted to the specificity of every environment and country. This is precisely one of its most important virtues as the organizations are in the same continent but their needs are different and the standard is able to consider these differences (Monge, 2003). Countries like Belize, Brazil, Peru and others are implementing CST certification (ICT: 2009).

To obtain CST, the organization must be assessed in four areas (Solano et al., 2003: 26): the physical-biological environment, service facilities, service management, and the external customer and socio-economic environment. Different criteria are assessed in the first area (physical-biological environment), namely the firm’s internal organization or the policies in favor of the natural environment where the firm is located. Service facilities are assessed from environmental, social and political perspectives. The CEO must put the emphasis on the adoption of managerial practices oriented to and respectful with the environment. Different communication and participation strategies are developed for

external customers. Internal customers are also considered and communication and group management are assessed. Finally, the socio-economic environment is assessed. This is linked to economic benefits, local culture, health services, the creation of employment and worker training. At this stage, management is more creative and innovative.

Certification is shown as a stamp in the shape of a leaf with a human face. This stamp has created a positive impact on visitors, as it reinforces the human facet of the management of natural resources. As shown above in the case of the ISO analysis, table 2 presents the main advantages and disadvantages of CST.

CST provides diverse benefits for the firm (see table 3). It facilitates international promotion, participation in international conferences, etc. (Bien, 2007). Another relevant aspect is that CST has no additional costs for the hotels that apply for it (Rivera, 2002; Bien, 2008). CST facilitates cost reductions using environmentally friendly technologies and processes, which contribute to enhancing the “green destination” reputation (Rivera, 2002; Bien, 2000).

This certification is also useful in the firm’s administrative, environmental and service management. It

| CST advantages | CST disadvantages |
|---|--|
| Can be applied to any kind of firms | |
| The cost is accessible for any firm in Central America and for firms all over the world | Competes with other similar certifications |
| It is an external certification, performance is measured | Forgets some legal elements |
| It takes into account the social environment to determine sustainability | Focuses mainly on the environment |
| It is government awarded, and that adds value to this certification | The assessor is not internationally recognized |

Table 2.- Advantages and Disadvantages of CST in Costa Rica, Central America. Source: Monge (2003: 23)

| Agents | Benefits of CST | | |
|--------------------|---|--|--|
| | Enables destination differentiation | Offers a tourist product with sustainability orientation | Controls for the use and abuse of the “eco”, “green” or “sustainable” concept |
| Managers | Competitive element | Product differentiation | Saving of organizational, financial, physical and human resources. Reduction of energy resources |
| Tourists | Knows that the hotel is acting in favor of the environment, culture and society | The firm takes on a commitment to managing quality | The hotels’ employees are trained in sustainability |
| Productive sectors | Possible emergence of new supplier firms | Participation of environment friendly firms | Generation of recycling, waste management and other related firms |

Table 3.- Benefits of CST for involved agents. Source: Solano et al. (2003: 30)

is compatible with different firms and with different certifications, such as ISO 14000 (environmental certification), SERVQUAL (customer service), ISO 9001 (management) and “green stamps” (Bien, 2000). CST is a good complement for other certifications, such as ISO 9000, as it enriches the standard and contributes to the development of sustainable tourism.

The process of CST implementation and certification is organized into four stages (Barrantes and Castro, 2009: 8). Firstly, the hotel is pre-diagnosed across the board in administrative, financial, marketing, operational and other areas. When data is obtained it is verified “in situ”. At this stage, the firm develops an implementation plan and decides how to accomplish every item of the standard. At this point, the data reflects the reality of the hotel and can be compared with CST requisites. In the third stage, changes in policies and manuals are brought about to guarantee compliance with the standard. The fourth step implements the action plan with the relevant corrective measures and finally, the firm is assessed again. When the hotel thinks that it can pass the evaluation, it registers officially and receives the assessment team. This procedure is very similar to the ISO implementation process, but much simpler.

CST affects the organizational structure directly. CST certification considers vital aspects of the organization, such as:

- Training for all organizational members.
- Events organization with the community. This opens the doors of the organization to its immediate environment.
- Workplaces are structured according to processes, so the profiles of the workplaces are different.
- Worker involvement is very important as this ensures the established plans are complied with.
- Suppliers must share a vision and mission which is related to customer satisfaction and time deadlines.
- The facility layout varies because it must be correlated to the biological environment.

After this definition of the basic characteristics of ISO and CST certifications, we can make a comparative analysis of their characteristics, focusing on their organizational implications and on their main differences, which will enable us to analyze how they complement each other.

Implementation and certification of ISO 9001:2000 and CST standards: a comparative analysis

The comparative analysis of both certifications will enable us to analyze their degree of compatibility or complementariness from a theoretical viewpoint. We

will focus on principles, processes (implementation and certification) and organizational implications.

With respect to principles, the ISO 9001:2000 standard has an explicit doctrine whilst CST has philosophical principles that respond to its essence, sustainability (Monge, 2003). Nevertheless, explicit and implicit principles are compatible, as all these principles have similar orientations. Consequently, in this area we cannot observe significant differences between both standards.

We find highly similar stages in the processes of implementation and certification. The first stage is diagnosis; the second is named differently in each of the standards but the content is similar (designing action plans and defining manuals, for quality in the case of ISO standard or to protect the environment in the case of CST). However, the third stage is different as documentation is the most important factor in this phase in the ISO standard yet CST does not require documents, or it is not essential to physically have these documents.

CST requires an assessment of the firm’s internal and external opportunities, including suppliers and their strategic alternatives. CST includes waste management and the firm’s social responsibility. This kind of processes are not present in the ISO standard, thus at this particular stage we can state that CST complements the ISO standard. CST goes beyond the firm’s administrative management by focusing on the natural and cultural environment, internal and external customers, suppliers, neighborhood, community, other firms and the government (Bien, 2007).

CST makes the results of its audits public, but in the case of the ISO standard, results are private and are extremely costly. The main point of confrontation comes from documentary requirements but there are technologies and means to harmonize both standards.

Finally, with respect to organizational implications the comparative analysis shows that there are organizational changes and modifications in Human Resources (HR) policies (table 4).

CST is accepted, valued and recognized by tourists who have the same mindset as the sustainability philosophy. This is why CST is more useful to the hotel industry oriented towards green tourism than the ISO 9001 standard (Bien, 2007: 35).

Finally, each standard has different advantages, as we have shown before. Consequently, organizations and particularly hotels have to analyze which certification is best suited to its strategy and market, and must look into how both standards can complement each other.

| ISO 9001:2000 | CST |
|--|--|
| Restructuring according to processes | Processes based on satisfaction |
| Improvement of administrative processes | Moving outside the organization and living near the neighborhood, community and sector |
| Continuous improvement of organizational processes | Green alternatives to solve normal situations in the organization |
| Guarantees for the organization's administrative processes | Assessment material for environmental, cultural, administrative and facility solutions |
| Efficiency and effectiveness in the firm's results | Environmental, ecological and human awareness |

Table 4.- Organizational implications for implementing ISO & CST standards

Research methodology

This section contains the description of the methodology used in our empirical research. As this work analyzes organizational processes, it is fundamental to develop the analysis in the same context the process takes place in. Consequently, we have adopted a qualitative research methodology, in line with the objective of this research (Bernal, 2006; Bryman, 1988; Eriksson and Kovalainen, 2008; Cepeda, 2006; Chetty, 1996; Hartley, 1994; Pérez Aguiar, 1999; Saunders et al., 2003; Stake, 1995; Yin, 1981, 1989, 1993 and 1999). We decided to use the case study method (Yin, 1989 and 1993) to analyze and compare how the PLH implemented and certified a quality management system based on the ISO 9001:2000 standard and a sustainability-oriented management system based on the CST standard. From this comparison, we obtained differences and similarities between both certifications, and were able to see how they helped organizational activity.

Two relevant aspects must be taken into account when using case study methodology: the number of cases and the selection criteria (Céspedes and Sánchez, 1996; Eriksson and Kovalainen, 2008; Pérez Aguiar, 1999; Yin, 1989). With respect to the first question, we chose one case, as this enabled more in depth research. Regarding the second question, the case of the PLH was chosen for two basic reasons; because it was the first hotel in Costa Rica to obtain both certifications and because it is an important organization which is considered as a management model for other firms; secondly, we had access to the organization and its staff, which enabled us to obtain large amounts of information.

We interviewed people who were directly involved in the certification processes. We interviewed the hotel's owner, the former human resources and quality manager, the person in charge of customer service and the consultant who participated in the certification process. All of them were semi-structured in depth interviews. The interviews were recorded and lasted for a total of five and a half hours. Moreover, a wide variety of docu-

ments was checked to triangulate with the obtained information (organizational chart, job descriptions, company references on the internet, internal publications, quality manuals and previous CST studies, among others).

Case study: application and certification of the ISO 9001:2000 and CST standards in the Parque del Lago Hotel

The context

The PLH is near Sabana Park, 2 km from the centre of San José. Its proximity to the international airport of Juan Santamaría (16km), makes it the perfect place for both business travelers and leisure tourists.

In 1999, the hotel joined the Barceló hotel chain. It is a four star, four leaves hotel (in sustainability tourism) and it is oriented to businessmen and first class tourists. The hotel has 30 rooms and 10 suites, and offers a broad set of services. Since October 2004 it has been under the management of Cayuga "Sustainable Hospitality", a firm dedicated to the management and development of lodges, hotels and other projects related to sustainable and ecological tourism in Central America and the Caribbean. Since then, management has been oriented towards process management and workers have participated in the continuous improvement strategy. The main leitmotiv of the company is "act in harmony with nature".

According to the documents and information collected from the company, the mission of the hotel is "to exceed the expectations of all our customers through the development of hotel services in a framework of quality and sustainability". Its vision says, "We want to become the leading hotel in Central Valley, offering our customers the best location, new infrastructure, efficient service, excellent value for money and a strong orientation to environmental, cultural and economic sustainability".

The occupation levels of the hotel are 100% in high season and 70% in low season. This data show that the

PLH is very efficient, obtaining increasing annual sales and revenues of \$850,000.00 per year.

PLH: quality and sustainability policy

In 2007, the PLH obtained the Certification for Sustainable Tourism (CST), with four leaves. In 2008, it also obtained certification (three leaves in this case). Its present objective is to obtain level 5 of this certification.

In February 2008, the hotel obtained ISO 9001:2000 certification. This certificate does not mention the strengths and weaknesses of the firm, and is different to CST in this respect which does include them.

For the interviewed people, the application of the ISO standard enables the firm to study and think about the best way to develop an activity and obtain a goal. Consequently, what is decided by everyone is written down, and then carried out.

Manuals and process definition are necessary to understand and study the task. What distinguishes a quality system is the simultaneous consideration of the activity and the person that carries it out. The quality philosophy of the PLH is focused on ecotourism.

According to its mission and vision, the PLH is focused on its customers, as can be seen in figure 1. Its customer orientation and the associated organizational structure existed before it obtained the certifications; and it has not undergone serious changes since then. It must be pointed out that the new management of the hotel (Cayuga Sustainable Hospitality, S.A.) has impro-

ved the hotel’s performance.

The first steps towards quality management were taken explicitly with the management of Cayuga Sustainable Hospitality, S.A, taking quality as the development of hotel services whilst respecting the principles of sustainable tourism. This concept covers both the administrative and operational departments of the organization.

ISO and CST certifications at the PLH

CST: Costa Rica is an ecotourism destination and the present strategy of the PLH and its management (Cayuga, S.A.) is in line with sustainability. Consequently, when the ICT invited hotels to acquire sustainable tourism certification, the hotel managers decided to initiate the process, as certification was congruent with the firm’s philosophy and strategy. The development of the process was as follows: the pre-diagnosis was carried out using the proper tools (facilitated by the Consejo Nacional de Acreditación) with the assistance of Cayuga Sustainable Hospitality S.A.’s consultants.

The reasons for trying to obtain CST were to satisfy the requirements of the present and future “ecotourism” market; and the firm’s corporate social responsibility.

ISO: The hotel also put in for ISO certification to obtain different goals, namely: to assure the quality of the product and services offered; to assure the firm’s management that the desired level of quality was obtained, and to establish the guidelines for the use of standards

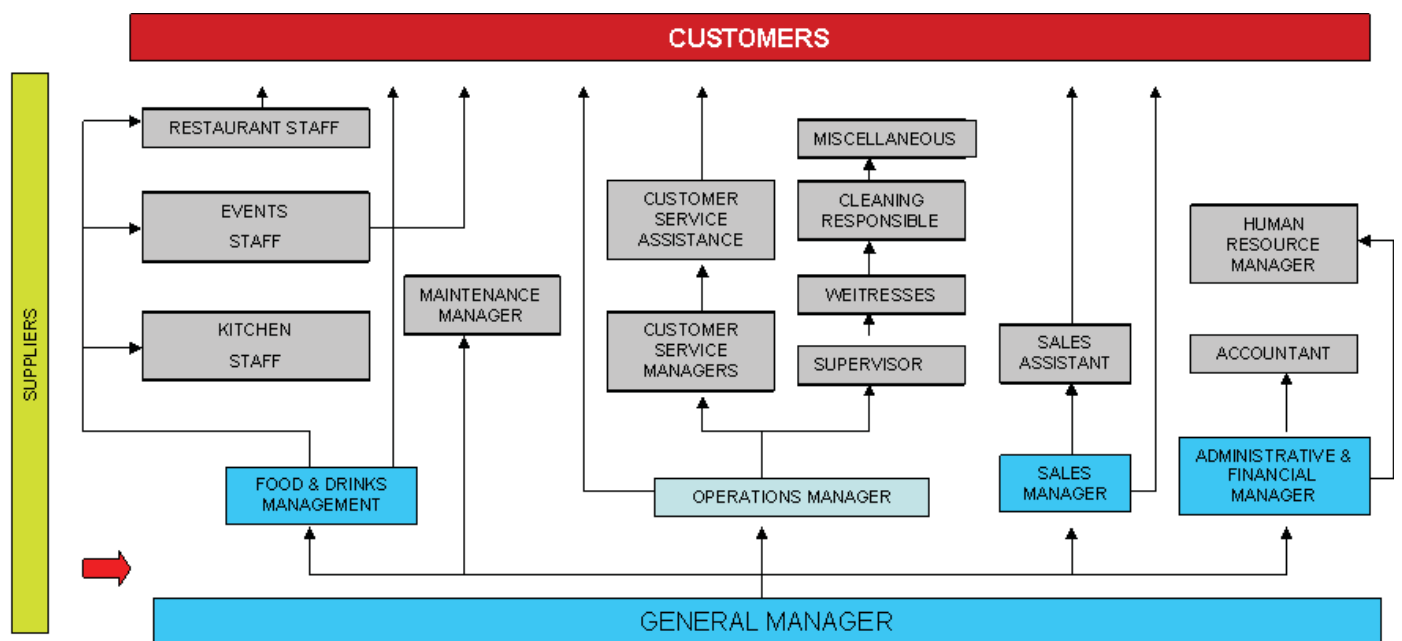


Figure 1.- Organizational chart of the PLH

in the organization.

In this particular case, the desire of one of the hotel’s owners was to be the first ISO-certified hotel in Costa Rica and in Central America. This was actually the main reason behind obtaining this certification as this would give the hotel an international reputation and would also be a good basis for differentiation in the competitive arena.

As we mentioned before, CST certification was obtained previously to the ISO standard. The process for obtaining CST lasted less than a year, and after five months they obtained the ISO 9001:2000 certificate. This fact may imply that the guidelines used in CST certification and its dynamics favors the attainment of other certificates, such as ISO 9001. In this respect, the people interviewed declared that many of the elements considered in CST were used again for ISO 9001:2000

certification. For example, quality policies, quality manuals and documents oriented to continuous improvement.

The hotel signed a contract with a consultancy firm, Norts Consulting, S.A., to facilitate the ISO implementation process. Equally, Cayuga Sustainable Hospitality, S.A. helped the process from an economic and technical viewpoint (table 5).

CST fits in perfectly with the profile of the assessing firm (Cayuga Sustainable Hospitality, S.A.) of the PLH, which is vital for the hotel. As the former human resources and quality manager stated, “the hotel had previously worked with strategic plans, and was customer service sustainability-oriented”.

Table 6 shows the main changes derived from both CST and ISO certifications.

As we can observe in table 6, the changes generated

| CST | ISO 9001:2000 |
|--|---|
| The hotel had worked previously with Cayuga Sustainable Hospitality S.A. | An industrial engineer (external consultant) together with the different leaders designed the process diagram and registers. The consultant developed the corrective actions, verified the system and re-adjusted the requirements to certification |
| The pre-diagnosis was done, and afterwards a committee began to implement each of the parts of the designed program. | Staff received specific training in the use of the intranet. New workers (due to staff leaving) received explicit training |
| Verification was carried out and the new proposed changes and adjustments were implemented to obtain certification | Afterwards, several internal audits were carried out every three months. After an INTECO (local organization) pre-audit was passed, in February 2008 the final audit was carried out and ISO 9001:2000 certification was given |

Table 5.- Implementation of ISO 9001:2000 and CST: some important aspects

| Changes derived from CST | Changes derived from ISO 9001:2000 certification |
|--|---|
| Global service culture | Standardization of the service |
| A culture to do things better | Understanding quality as something important in day by day work, continuous improvement |
| Staff identified with environment | Staff perception is that goals have been reached |
| Customer satisfaction | Increased customer satisfaction |
| International and local reputation | Greater reputation and prestige |
| Superior costs but immediate benefits | Organization, cost reductions |
| Better management of every supplier relationship | Better supplier practices |

Table 6.- Some organizational changes after implementing ISO 9001:2000 and CST

by both certifications may be considered complementary since they have contributed to improving the performance of the hotel in different areas. For example, human resource training and lifelong learning has become a constant and regular practice. Process management has also obviously improved. But what has clearly improved are the aspects related to the environment and nature.

ISO 9001:2000 certification has facilitated the achievement of real improvements at an internal level (as process management has improved) and CST has had a clear influence at the external level, with positive results on the local community and beyond. This guarantees that the hotel respects and is fully integrated with natural paradises. The former HR manager declared that a “mix” between both certifications was feasible and perfect for the hotel.

Another important topic in this research is the study of the role of CST as a facilitator for ISO 9001 certification. The following table shows the different aspects that facilitated the certification of the quality management system.

| Aspects related to CST | Aspects related to ISO 9001:2000 |
|---|---|
| Help from the assessment team | Having a previous certification |
| Help from the management committee | Help from the management committee |
| Help from general manager | Help from the assessment team |
| Help from different governmental institutions | Help from general manager who believed in the project |
| Help from non-governmental organizations | Positive staff reaction |
| People creativity | Internal competence |
| Having access to technology, according to the requirements for certification | Having funds to buy the necessary resources and make the required contracts |
| Experts in different certification-related subjects | Assessment team with experience in certifications |
| Human resources from outside the organization (students from different specialties) | The firm has the assistance of the National Institute for Learning (Instituto Nacional de Aprendizaje or INA) |

Table 7.- Aspects that facilitated the certification of the quality management system

| CST | ISO 9001:2000 |
|-------------------------------------|---|
| Environmental constraints | Organizational culture, mainly bureaucracy |
| Nature consideration for the hotel | Breaking psychological barriers on quality |
| Staff leaving | Staff leaving; the hotel is small and when one worker leaves some processes have to start again |
| The belief that CST is not possible | Auditors do not always agree; some processes are valid whilst others are not |

Table 8.- Main obstacles for certifications in the PLH

In short, the experience of implementing the previous certification facilitated the second certification process; it must be added that human resources have already been trained; they already had the required technology, material and financial resources and a very positive and participative attitude. However, there were also nega-

tive effects for the firm, such as people responsible for implementing different processes leaving the organization. But these situations were an exception.

The following table shows the main obstacles that emerged during the process to achieve both certifications (table 8).

With respect to CST and ISO certification processes, one of the problems was related to the need to print some specific documents. CST insists on printing only what is strictly necessary. On the other hand, ISO requires the printing of some documents which are associated with the operational part of the hotel service. Finally, the PLH contacted a software company (with the help of the INA) to develop an intranet to reduce the use of paper as much as possible. Training was organized by the INA which carries out this kind of initiatives in Costa Rica (INA: 2001). As a conclusion, CST requirements have contributed to the enrichment of ISO certification, and this fact shows the complementary nature of both certifications.

Concerning the results of both certifications, table 9 synthesizes them.

As we can observe in table 9, CST obtains results in different situations; it enables sustainable development of administrative and operational hotel processes and permits process documentation which has a low impact on the environment, community, hotel workers and their families.

From a financial point of view, the hotel has invested resources to become culturally, socially and environmentally friendly. However, the managers interviewed think that the hotel will recover the invested money, as customers are satisfied with results, as customer satisfaction questionnaires show.

Certifications have become a marketing tool. When the customer consults the hotel webpage, they can see the certification. The hotel also receives positive service quality assessments from their customers. Consequently, the level of loyalty is increasing.

With respect to certification results at an internal

level, we must point out the generation of a continuous improvement culture. Workers are happy and satisfied with their work, as they can contribute to improving the conditions of their community. Workers feel committed to sustainability and participate in the

| CST results | ISO 9001:2000 results |
|---|--|
| Electronic use of working by processes | Electronic use of matrices |
| Use of technology in favor of the environment | Design of electronic forms |
| Rational use of natural, material, technological, financial and human resources | Guides for continuous improvement |
| Encouraging workers' creativity | Improved, documented controls, with electronic support |

Table 9.- Main results of certifications

changing processes oriented towards sustainability, as we were able to verify after interviewing people.

ISO 9001:2000 certification has contributed to a better use of technology, of administrative controls and to the improvement of some decision-making processes. The financial investment has been very high, but the hotel thinks that is going to recover this money in the immediate future. For the moment, it has not been a simple marketing tool, because customers did not require this certification. However, ISO has acted as a driver of the hotel employees' training process. Table 10 shows some of the organizational implications that have been derived as a result of both certifications.

The PLH has not modified its structure and maintains the same organizational chart. The different plans are revised every two years. As we have indicated, organizational structure has not been modified as process management was in place before certification.

Also, both certification processes have contributed to the establishment of a continuous training process, as explicitly stated in the implementation plans.

At a marketing level, CST seems to have contributed to winning over new customers. One explanation could lie in the fact that CST certificate has been considered as a key criterion for national and foreigner customers when they selected their hotel; customers wanted to know if the hotel had the "leaf stamp" which symbolizes sustainable tourism.

Another remarkable result of the certification processes has to do with their financial impact. The study of PLH has shown that the financial results of the firm have improved after the achievement of both certificates. Possible explanations to this fact could be that the demand has increased after the achievement of the cer-

tificates and also that operations have become easier for employees thanks to the establishment of work procedures and processes (formalization) and the acquisition of the essential technology what could have contributed to an increase in employees' productivity.

These results commented above need further empirical research. Our study only has revealed a possible (hypothetical) relationship between the attainment of both certificates and the increase in demand, in productivity levels and an improvement in the financial situation of the firm. However, our study does not allow us to conclude anything about the possible causality of these relationships. Future research avenues arise to this respect.

Conclusions

The case of PLH has illustrated that CST and ISO 9001:2000 certifications may be complementary and, as a result, generate organizational improvements both internally and externally.

The implementation and certification of the CST standard at the PLH was explained by the decision of this firm to focus its strategy on the needs and expectations of its main market, that is, people looking for ecotourism. This initiative was coherent with PLH's mission and vision. On the other hand, the certification based on the ISO 9001:2000 standard came to PLH as a way of supporting the international reputation of the company and a competitive strategy based on differentiation through quality and ecotourism.

The combination of both initiatives gave as a result a complementary effect on the PLH. As stated above, the CST standard contributed to improve the firm from an

external perspective. The CST certificate facilitated the achievement of a better image and reputation on the part of the hotel and contributed to modify the behavior and attitude of employees in line with the respect to the environment and care about natural resources. The

| CST | ISO 9001:2000 |
|--|---------------------------|
| Changes in tourists' perception | Cost management |
| Sustainability culture | Customer oriented culture |
| Strengthening of training plans in different areas | Staff training |

Table 10.- Organizational implications of ISO 9001:2000 & CST certifications

ISO 9001 certification led the firm to set into practice internal changes (increase of formalization, formulation of explicit goals and policies, establishment of metrics and indicators, etc.) that generated, as a consequence, the improvement of the levels of productivity, efficiency, and customer satisfaction.

Thus, the application of both standards by the PLH has contributed to the achievement of positive organizational results. Also, the implementation of the ISO 9001:2000 standard was facilitated by the existence of some organizational practices that were adopted due to the CST requirements. Therefore, we may state that the CST standard turned out to be a fundamental facilitator for the implementation of the ISO 9001 standard by the PLH.

This work tries to represent a first effort in the study of the complementariness of these two standards by the tourist sector. From this viewpoint, this paper may be a starting point for academicians interested in the study of the phenomenon analyzed in this paper (complementariness of CST and ISO 9001 standards). Also, practitioners and businessmen could find in this paper evidence that supports the complementariness of both standards by an organization of the tourist sector. This fact may be especially significant for firms that compete in the ecotourism sector.

As this paper constitutes a first attempt to study the complementariness of CST and ISO 9001 standards, some limitations may be raised. The novelty of the topic studied here has made us have difficulties on finding specific academic literature to found our theoretical framework. We hope our study may contribute to fill in this gap.

Also, the empirical part of the study is based on a single case study; hence, the results presented here cannot be generalized to a broader context. However, the aim of a single case study is not statistical generalization as Yin (1989) states, but the in-depth analysis of a phenomenon in its real context.

Some future research lines would have to do with overcoming some of the limitations of the study. To this respect, this research could be further developed with the study of more cases to try to identify patterns. In so doing, we could establish solid propositions that could be tested in future investigations. Also, some relationships derived from our current descriptive research could be analyzed in greater detail with the application of a broader methodology. For instance, the link between the application of both standards and the improvement of organizational performance would need further research through the application of a quantitative study.

References

- Acharya, U.H. and Sanjit, R.
2000. ISO 9000 certification in Indian industries: A survey. *Total Quality Management*. 11 (3): 261-267.
- Barrantes, U. and Castro, C.
2009. Informe final de Consultoría al hotel Arenal Paraíso Resort y SPA. La Palma de la Fortuna San Carlos Costa Rica, April.
- Bernal, C. A.
2006. Metodología de la investigación. PrenticeHall, México.
- Bhuiyan, S.
1998. Saudi Companies Attitude Towards ISO 9000 Quality Standards: An Empirical Examination. *International Journal of Commerce and Management* 8 (1): 28-42.
- Bien, A.
2000. Estudio de Estrategia de Certificaciones Turísticas en Centroamérica. FODESTUR, GTZ, SICA San José Costa Rica, oct.
- Bien, A.
2006. A simple user's guide to Certification for Sustainable tourism and Ecotourism. Center Ecotourism and sustainable Development . CESD: 1- 3.
- Bien, A.
2007. Comparison of the principles and criteria for the certification of sustainable tourism and identification of the basic criteria for international accreditation. Rainforest Alliance MIF Fomin. January.
- Bien, A.
2008. Una guía básica sobre la acreditación de programas de Certificación de Programas de Certificación de turismo sostenible. Rainforest Alliance. MIF Fomin. May.
- Bret L Simmons, Margaret A White.
1999. The relationship between ISO 9000 and business performance: Does registration really matter? *Journal of Managerial Issues*. 11 (3): 330-344.
- Brown T.
1993. Understanding BS 5750 and Other Quality Systems. London: Gower.
- Bryman, A.
1988 *Quantity and Quality in Social Research*. Unwin Hyman. London.
- Casadesus, M. and Karapetrovic, S.
2005. An empirical study of the Benefits and Costs of ISO 9001: 2000 Compared to ISO 9001/2/3: 1994. *La Dirección de Calidad total* 16 (1): 105-120.
- Cepeda, G.
2006. La calidad en los métodos de investigación cualitativa: principios de aplicación práctica para estudios de casos. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa* 29 (4): 57-82.

- Céspedes, J. J. and Sánchez, M.
1996. Tendencias y desarrollos recientes en métodos de investigación y análisis de datos en dirección de empresas. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa* 5 (3): 23-40.
- Chetty, S.
1996. The Case Study Method for Research in Small- and Medium-sized Firms. *International Small Business Journal* 15 (1):73-85.
- Chow-Chua, C. Goh, M. and Wan, T.B.
2003. Does ISO 9000 certification improve business performance? *The International Journal of Quality & Reliability Management* 20 (8/9): 936-953.
- Claver, E. Tari, JJ. and Pereira, J.
2006. Does quality impact on hotel performance? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 18 (4): 350-358.
- Dale, B.G.
2007. Quality management systems. In Dale, B.G., Wiele, T. and Iwaarden, J. (Eds.). *Managing quality* (pp. 279-309). Blackwell. Oxford.
- Elmuti, D.
1996. World-class standards for global competitiveness: An overview of ISO 9000. *Industrial Management*. 38 (5): 5-9.
- Eriksson, P. and Kovalainen, A.
2008. *Qualitative methods in business research*, Sage, London.
- Escrig, A.B., Bou, J.C. and Roca, V.
2001. Measuring the relationship between total quality management and sustainable competitive advantage: A resource-based view. *Total Quality Management & Business Excellence*, 12(7): 932-938.
- Fennell, D.A.
1999. *Ecotourism: An Introduction*, Routledge, London.
- Flynn, B.B., Schroeder, R.G. and Sakakibara, S.
1995. The impact of quality management practices on performance and competitive advantage. *Decision Sciences*, 26(5): 659-691.
- Garnica, V.
2009. Costa Rica moves up tourism, still tops Latin American nations. *Tribute Business News*, Washington, March 5.
- Gavin, D. Gallimore, K. and Brown, J.
2001. ISO 9000 and quality emphasis – an empirical study of front –room versus back-room dominant service industries. *International Journal of service Industry Management* 12 (2): 114-130.
- Hartley, J.
1994. *Case Studies in Organizational Research in Qualitative Methods in Organizational Research: a Practical Guide*, ed. C. Cassel, and G. Symon, 208-229. Sage, London.
- Hassan, S. S.
2000. Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, 38(3): 239-245.
- Ho, S. and Fung, C.
1995. Developing a Total Quality Management excellence model: Part 2. *The Total Quality Management* 7 (1): 24-32.
- Honey, M.
1999. *Costa Rica: On the beaten Path Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Washington D. C. Island Press.
- Honey, M. and Bien, A.
2005. Analyzing Costa Rica as a case study for the implementation and marketing of certification and use as model to help analyze marketing strategies of five target countries. *The International Ecotourism Society Feb. TIES*.
- Hua, H. K S Chin, Sun, H. and Yan, X.
2000. An empirical study on quality management practices in Shanghai manufacturing industries. *Total Quality Management*. 11 (8): 1111 1123.
- Huarng F.
1998. Integrating ISO 9000 with TQM Spirits: A Survey. *Industrial Management & Data System* 98 (7/8): 373-380.
- Huarng, F. Horng, C. and Chen, C .
1999. A study of ISO 9000 process, motivation and performance. *Total Quality Management*. 10 (7): 1009-1126.
- Instituto Costarricense de Turismo (ICT).
2008. *Certificación de Sostenibilidad Turística*. Departamento de Certificación de Sostenibilidad Turística San José. 1-72.
- Instituto Costarricense de Turismo (ICT).
2009. *Curva de Experiencia del Sistema de CST* Departamento de Certificación de Sostenibilidad Turística San José . 1-36.
- Instituto Nacional de Aprendizaje (INA).
2001. Núcleo de Turismo “Aplicación de Normas de Sostenibilidad para Empresas de Hospedaje”. San José, Costa Rica, May.
- International Journal of Production Economics*.
2000 Amsterdam: Jun 30, 2000. Tomo 66, No. 2; pág. 143.
- Jason, A. Briscoe, S. Fawcett, E. and Todd, R.
2005. The Implementation and Impact of ISO 9000 among Small Manufacturing enterprises. *Journal of small business Management*. 43 (3): 309-330.
- Kanji, G.K.
1998. An innovative approach to make ISO 9000 standards more effective, *Total Quality Management*, 9(1):67-78.
- Khan, M K, Hafiz, N.
1999. Development of an expert system for implementation of ISO 9000 quality systems. *Total Quality Management*. 10 (1): 47-60.

- Lee, K.S and Palmer, E.
1999. An empirical examination of ISO 9000-registered companies in New Zealand. *Total Quality Management*. 10 (6): 887- 200.
- Lindberg, K. and Aylward, B.
1999. Price Responsiveness in the developing country nature tourism context: Review and Costa Rican case study. *Journal of Leisure Research*. 31 (3): 281-300.
- Marcos A M Lima, Marcelo Resende, Lia Hasenclever.
2000. Quality certification and performance of Brazilian firms: An empirical study. *International Journal of Production Economics*. 66 (2): 143-147.
- McAdam, R. and McKeown, M.
1999. Life after ISO 9000: An analysis of the impact of ISO 9000 and total quality management on small businesses in Northern Ireland. *Total Quality Management*. 10 (2): 229-242.
- Mezher, T and Ramadan, H.
1999. The Costs and Benefits of Getting the ISO 9000 Certification in the Manufacturing Sector in Saudi Arabia. *Quality Assurance* 99 (6): 107-122.
- Mile Terziovski, Amrik Sohal, Simon Moss.
1999. Longitudinal analysis of quality management practices in Australian organizations. *Total Quality Management*. 10 (6): 915-927.
- Molina E. S. and Chaves O. C.
2004. Ecoturismo en Costa Rica. Análisis Prospectivo. IV Congreso Nacional de la Investigación Turística 23 de setiembre. México SERTUR.
- Monge Q. R.
2003. El sistema de CST: Una norma consolidada. Documento de la comisión Nacional de Acreditación de la CST. Secretaria Técnica.
- Napier, D.
1997. Green scene. The Ecological paradise of Costa Rica is taking its first steps towards serving corporate and incentive markets. *Meetings and Incentive Travel*. 26 (3): 45.
- Naveh, E. Marcus, A. and Moon, H.
2004. Implementing ISO 9000: performance improvement by first or second movers. *International Journal of Production Research*, 42 (9): 1843-1863.
- Nield, K. and Metin, K.
1999. Quality certification in the hospitality industry: analyzing the benefits of ISO 9000. *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly* 40(2): 16-26.
- Padrón, V. and Espino, T.
2007. Identifying and determining the key processes for quality management systems in the hotel sector. *International Journal of Services Technology and Management*. 8 (6): 529-545.
- Parasuraman, A., Berry, L.L. and Zeithaml, V.A.
1991. Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale, *Journal of Retailing*, 67(4): 420-450.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L.
1988. SERVQUAL: a multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality, *Journal of Retailing*, 64(1): 14-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L.
1993. More on improving service quality, *Journal of Retailing*, 69(1): 140-147.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L.
1994. Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research, *Journal of Marketing*, 58(1): 111-124.
- Pérez Aguiar, W.
1999. El estudio de casos in Metodología para la investigación en marketing y dirección de empresas, F. J. Sarabia (ed). Pirámide, Madrid.
- Pförr, C.
2001. Concepts of Sustainable Development, Sustainable Tourism, and Ecotourism: Definitions, Principles, and Linkages. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 1(1): 68-71.
- Porter, M.
1996. Competitiveness in Central America preparing companies for globalization. A publication of the Latin American Center for Competitive and Sustainable Development. INCAE 1996-1997, CLACDS.
- Rao, S. Ragu-Nathan, T.S and Solis, L.
1997. Does ISO 9000 have an effect on quality management practices? An international empirical study. *Total Quality Management*. 8 (6): 335-347.
- Rivera, J.
2002. Assessing a voluntary environmental initiative in the developing world: The Costa Rican Certification for Sustainable Tourism. *Policy Sciences* 35: 333-360.
- Rovinsky, Y.
2007. Green your business to grow your business: sustainable tourism certification success stories. Rainforest Alliance/Inter-American Development Bank/Fundecooperación The Netherlands-Costa Rica bilateral agreement for sustainable development (CBDS) November.
- Ruzevicius, J. Adomaitiene, R. and Sirvidaite, J.
2004. Motivation and Efficiency of Quality Management Systems Implementation: a Study of Lithuanian Organizations. *Total Quality Management and Business Excellence*, 15(2): 173-189.
- Salleh Y. and Wee- Keat, G.
2001. The implementation of an ISO 9000 quality service. *The International Journal of Quality & Reliability Management*. 18 (9): 941-966.
- Santos, L. and Escanciano, C.
2002. Benefits of the ISO 9000: 1994 system: Some considerations to reinforce competitive advantage. *The International Journal of Quality & Reliability Mana-*

- gement. 19 (2/3): 321-344.
- Saunders, M. Lewis, P. and Thornhill, A.
2003. Research Methods for Business Students, Prentice Hall, Harlow, England.
- Schenkel, A.
2004. Conceptualizing and Exploring the Organizational effects of ISO 9000: Insights from the Øresund Bridge project. *Total Quality Management*. 15 (8): 1155-1167.
- Sheldon, G.
2003. ISO 9000 for small service companies. *Quality Progress*. 36 (2): 82-87.
- Shih, L.H, Huarng, R and Lin, B.
1996. ISO in Taiwan: A Survey. *Total Quality Management* 7 (6): 681-690.
- Skrabec, Q. Ragu-Nathan, J. Subba Rao, S and Bhatt, T.
1997. ISO 9000: Do the benefits outweigh the costs? *Industrial Management*. 39 (6): 26-30.
- Sociedad Internacional de Ecoturismo (SIE).
2002. Memoria de la Declaración Mundial del Ecoturismo” Quebec TIES/IES.
- Solano Pacheco Leyla et al.
2003. La experiencia de Costa Rica en ecoturismo hacia un branding ambiental de país . PNUD, MINAE, 2003. 54 p. (COS 338.47.91 P9641).
- Solano, Leyla.
2007. Costa Rica: Una experiencia innovadora de manejo ambiental y posicionamiento del ecoturismo. COOPRENA- PNUD. Guía de turismo rural comunitario II edición, octubre.
- Stake, R. E.
1995. *The Art of Case Study Research*, Sage, Thousand Oaks, CA
- Sun, H,
2000. Total Quality Management, ISO 9000 Certification and Performance Improvement. *International Journal of Quality & Reliability Management*. 17 (2): 168-179.
- Sun, H.
1999. Diffusion and contribution of total quality management: An empirical study in Norway. *Total Quality Management*. 10 (6): 901-915.
- Tarí, JJ. Claver, E.. and Pereira, J. and Molina, J.
2009. Is it worthwhile to be a quality certified hotel? Evidence from Spain. *The International Journal of Quality & Reliability Management*. 26 (9): 850-864.
- Van der Wiele, T. and Brown, A.
1997. ISO 9000 Series Experiences in Small and Medium-Sized Enterprises. *Total Quality Management* 8 (2/3): 300-305.
- Van der Wiele, T. and Brown, A.
1998. ISO 9000. Boon or Bane for Small Business. Working Paper.
- Walker J.R. and Salameh, T.T.
1996. The Q.A. Payoff. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 37: 7-59.
- Wearing, S. and Neil, J.
1999. *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities*, Butterworth-Heinemann, Sydney.
- Wong E.C.
1998. Contribution of ISO 9000 certification to quality improvement-the experience of a manufacturing company” *Q C focus*, May-June: pp. 4-10.
- World Economic Forum (WEF)
2007-2008 Index de Competitividad Turística, Switzerland.
- Yin, R. K.
1981. The Case Study Crisis: Some Answers. *Administrative Science Quarterly*. 26 (1): 58-65.
- Yin, R. K.
1989. *Case Study Research. Design and Methods*, Sage, 4th edition, Newbury Park, CA.
- Yin, R. K.
1993. *Applications of Case Study Research*, Sage, Newbury Park, CA.
- Yin, R. K.
1999: *Enhancing the Quality of Case Studies in Health Services Research*. *Health Services Research*, 34 (5): 1209-1224.
- Zhang, Z.
2000. Developing a model of quality management methods and evaluating their effects on business performance. *Total Quality Management*. 11 (1): 129-138.

Note

1 Though “there is no generally accepted understanding of their precise meaning and a definitional approach appears problematic” (Pforr, 2001: 68), ecotourism and sustainable tourism represent different concepts and ideas. However, a more refined perspective on the topic suggests that ecotourism can be understood as the intersection of nature-based tourism and sustainable tourism (Fennell, 1999; Wearing and Neil, 1999). Ecotourism implies the development of sustainable tourism in natural areas, embracing in this way the values and principles of sustainability that have to do with balancing economic, ecological and social aspects as an integrated whole (Pforr, 2001). Therefore, ecotourism could be considered as a particular way of sustainable tourism; but recognizing the difference between both concepts (the latter more comprehensive and generic), in this paper we are going to consider them entailing the same idea.

Recibido: 20/09/10
Reenviado: 23/03/11
Aceptado: 23/03/11
Sometido a evaluación por pares anónimos

UNIVERSIDADE DE TRÁS-OS-MONTES E ALTO DOURO – PÓLO DE CHAVES

VIII CITURDES: CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

“TURISMO RURAL EM TEMPO DE NEORURALIDADES”

Chaves (Portugal), 25-27 de Junho de 2012

Webs: www.utad.pt www.cetrad.info

A 8ª edição do CITURDES tem como objectivo reflectir sobre o papel do turismo em contextos de pós-ruralidades ou neo-ruralidades, segundo as perspectivas teóricas adoptadas. Nestes novos contextos, os turistas encontram-se não apenas com os velhos residentes rurais, mas também com novos habitantes neorurais, recém-chegados, retornados ou outros que se deslocam ao rural na procura do que imaginam ser uma melhor qualidade de vida. Esta translocalidade, que questiona a falsa e simplista dicotomia rural/urbano, é especialmente relevante quando falamos de turismo rural e desenvolvimento sustentável, pois observa-se uma mistura complexa de agentes sociais que estão a reconstruir e resignificar os tradicionalmente chamados espaços rurais. É o que Jesús Oliva (2010) denomina como “new rural melting pots”, para o qual contribui decisivamente o turismo rural associado às ideologias da renaturalização e da patrimonialização cultural.

O Congresso tem como objectivo criar um espaço de encontro de académicos e investigadores, na sua maior parte ibero-americanos, e também de propiciar o contacto com a realidade rurana do interior Norte de Portugal e da Galiza.

Poderão ser apresentadas comunicações, filmes e posters (ver www.utad.pt). Haverá conferencistas de destaque como Bernard Lane, Elisabeth Kastenholtz, Ivo Elesbão, Artur Crosby e Marcelino de Souza. O Congresso terá lugar nas instalações do Pólo da UTAD em Chaves (ver <http://www.eschaves.pt/>) e oferece um programa social que permite conhecer alguns aspectos da ruralidade e rurbanidade deste canto do Noroeste Ibérico peninsular.

Temáticas gerais

1. Turismo rural e desenvolvimento local
2. TER e processos de reconfiguração e invenção das áreas rurais
3. TER e emprego
4. TER e impactos sócio-culturais
5. TER e políticas públicas
6. Agroturismo e turismo rural comunitário
7. TER e construção dos géneros
8. TER e TICs
9. TER, bioconstrução e energias renováveis
10. TER e alimentação
11. TER e interculturalidades
12. Animação e TER
13. TER e (trans)fronteiras
14. TER e sistemas de cooperação
15. TER, o audiovisual e a comunicação

Implicações do turismo no espaço rural e em estabelecimentos da agricultura familiar

Luciano Zanetti Pessôa Candiotoⁱ

Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Brasil)

Resumo: Sabendo da expansão do turismo no espaço rural mundial e brasileiro, e do atual incentivo do setor público e privado à abertura de estabelecimentos da agricultura familiar ao turismo, entendidos também como unidades de produção e vida familiares (UPVF's), o presente texto, procura apresentar e discutir as implicações socioespaciais do turismo rural, e enfatizar suas consequências nas pequenas propriedades rurais. Para tanto, nos apoiamos em referenciais bibliográficos brasileiros e estrangeiros que tratam das implicações/transformações decorrentes dessa atividade, e procuramos apresentar nossa posição em relação ao turismo rural, fenômeno que tende a crescer no espaço rural, e conseqüentemente, a transformar sua dinâmica socioespacial.

Palavras-chave: Turismo; Espaço rural; Implicações socioespaciais; Agricultura familiar; Unidade de produção e vida familiar (UPVF).

Title: Implications of rural tourism businesses and family farms

Abstract: Considering the expansion of rural tourism in the world and in Brazil and the incentive of public and private sectors to family farms open their properties to tourism, we wrote this article to presents and discuss the implications of rural tourism and to emphasize their consequences in family farms. So, we worked with brazilian and foreigners literature that analyses the spatial implications and changes of this activity and try to present our impressions about rural tourism, which may grow in rural spaces and modify its social and spatial dynamics.

Keywords: tourism; rural space; social and spatial implications; family farm; family unity of production and life (UPVF).

Keywords: Tourism; Rural space; Socio-spatial implications; Family farming; Farm and family life (UPVF)

ⁱ Professor Adjunto do curso de Geografia da UNIOESTE, campus de Francisco Beltrão. Membro do GETERR (Grupo de Estudos Territoriais). Doutor em Geografia pela UFSC. E-mail: lucianocandioto@yahoo.com.br

Introdução

O incentivo público ao turismo rural e as novas possibilidades de acumulação desta atividade através da transformação dos produtos, paisagens, manifestações culturais, modo de vida rural e elementos naturais em mercadoria, levou à implantação dos mais variados empreendimentos públicos e privados de turismo no espaço rural, assim como de roteiros, circuitos e até resorts de turismo rural.

Esse crescimento das destinações de turismo rural foi impulsionado pela inserção de objetos técnicos no espaço rural, sobretudo pela maior infra-estrutura (vias de circulação, energia elétrica, comunicações, etc.) e equipamentos (hotéis, restaurantes, postos de informações turísticas, etc.), fundamentais para o desenvolvimento do turismo. Por conseguinte, os novos empreendimentos de turismo no espaço rural vêm contribuindo para a transformação e densificação técnica do espaço rural e, conseqüentemente, para a complexificação de objetos, atores e ações no rural. Assim como todas as atividades econômicas, a oferta do turismo rural trouxe consigo conseqüências socioespaciais, chamadas também de impactos do turismo rural.

Considerando a tendência de crescimento da territorialização do turismo no espaço rural e a manifestação de impactos já existentes do turismo rural nos lugares, procuramos nesse texto, apresentar e discutir algumas implicações do turismo rural com destaque para as famílias rurais agricultoras e suas unidades de produção e vida familiares (UPVF's). Partindo dos impactos identificados na literatura e em estudos empíricos, procuramos discorrer sobre a existência de um choque entre a racionalidade do agricultor e sua lógica de sobrevivência com a racionalidade econômica global presente nos atores envolvidos com o trade turístico (empresários, operadores, guias, consultores, planejadores, etc).

Implicações socioespaciais do turismo rural

Quando nos referimos às implicações socioespaciais do turismo rural procuramos considerar como a inserção de objetos e ações (Santos, 1996) ligados ao lazer e ao turismo exerce influência sobre as transformações espaciais manifestadas nos lugares em que a atividade de lazer e/ou turismo se insere. Estas transformações espaciais são decorrentes de uma dinâmica social, na qual coexistem aspectos políticos, econômicos, históricos e culturais, bem como, de uma dinâmica natural, ou seja, da relação de interdependência entre os elementos físicos (solos, águas, rochas, flora, fauna, eventos climá-

ticos, etc), e destes com a sociedade. Os elementos da natureza são utilizados como recursos naturais que dão suporte à vida humana, porém, muito mais que recursos, são os responsáveis pelo surgimento do homem e por sua permanência como espécie viva.

Nesse sentido, procuramos apreender as implicações socioespaciais do turismo rural através de uma análise integrada entre os elementos naturais e sociais, ou seja, considerando a apropriação e o uso dos recursos naturais pela sociedade, as relações de poder existentes, e as conseqüências destas ações. Ao se inserir no espaço geográfico, os objetos e as ações ligados ao turismo rural podem trazer alguns benefícios mas também podem desencadear conflitos com a população residente nas proximidades das áreas afetadas.

Um grave problema apontado por Cavaco diz respeito à implantação de destinações turísticas sem uma preocupação com questões de infra-estrutura e de equipamentos básicos, que devem existir antes e independentemente da atividade turística. A autora (2001) coloca que para promover o lazer e o turismo, problemas básicos devem ser resolvidos, como a eletrificação, o abastecimento de água, o saneamento básico, a coleta de lixo doméstico, os serviços pessoais cotidianos e de saúde e, outros serviços de proximidade e acessibilidade.

Considerando essa afirmativa para o caso do Brasil, podemos afirmar que a maioria das destinações de turismo rural é implementada sem o atendimento a essas necessidades básicas. A maior parte dos investimentos públicos e privados são direcionados aos equipamentos e atrativos turísticos, enquanto a infra-estrutura e os equipamentos básicos (amplamente utilizado pelos habitantes locais) raramente é prioridade.

Baidal (2000), afirma que a existência de impactos produzidos pelo turismo nos espaços rurais nos remete a um adequado planejamento e gestão da atividade, que permita prevenir e reconduzir os efeitos negativos que o desenvolvimento turístico pode provocar.

Sabemos da necessidade de planejamento e gestão do turismo no meio rural com o objetivo de reduzir seus impactos, porém, além das limitações do planejamento e da gestão executados somente por técnicos, existem dificuldades para construir planos participativos, e principalmente, para aplicar esses planos em uma gestão democrática e participativa. O planejamento e a gestão do turismo costumam ser centralizados, setoriais e direcionados às intencionalidades dos atores com mais poder. Além disso, nos remetemos a Ouriques (2005), quando este afirma que a própria lógica de acumulação e crescimento econômico sem limites conduz a impactos socioespaciais indesejáveis, que por sua vez, são inerentes a qualquer atividade da economia capitalista. Portanto,

mesmo com um planejamento e uma gestão do turismo no espaço rural, a própria natureza da atividade turística – pautada na lógica de acumulação capitalista - desencadeia implicações socioespaciais não desejadas pela maior parte da população local, de modo que os agentes privados costumam se apropriar dos territórios turísticos. Assim, mesmo havendo condições institucionais para participação popular nas tomadas de decisões, determinadas intencionalidades irão sobressair-se sobre outras no jogo determinado pelas relações de poder.

Santana (2002), afirma que o uso da participação como ferramenta impulsora do desenvolvimento, tem partido em várias ocasiões de uma idéia falsa e etnocêntrica do âmbito rural, isto é, conceber o campo e sua gente como homogêneos, com pouca iniciativa e, com pouca articulação social necessária para organizar-se, considerando a participação como um princípio de aplicabilidade transcultural.

A participação dos residentes deve ir além da mera consulta, de modo que estes devem ser informados sobre os possíveis custos e benefícios, e integrados no projeto e na tomada de decisões, considerando os costumes locais e a divisão sexual do trabalho. (Santana, 2002: 35)

No entanto, os custos (impactos) do turismo rural aos residentes, como a degradação ambiental e as transformações sociais e culturais, são ignorados no planejamento e não são divulgados para a sociedade. Assim, interessa divulgar o que é positivo e esconder os problemas, fato fundamental para a criação do imaginário do turismo rural como atividade sustentável.

Desta forma, ignorar os impactos socioespaciais do turismo rural implica deixar a população rural local à margem do processo de desenvolvimento econômico gerado pelo turismo, restando a essa, os problemas sociais e ambientais decorrentes de atividades turísticas no espaço rural. Segundo a lógica economicista vigente, os habitantes do lugar precisam se adaptar aos ditames do negócio, tornando-se empreendedores. Contudo, a maior parte da população autóctone acaba trabalhando como empregados, enquanto predominam empreendedores exógenos e sem nenhuma identidade com o lugar, que acabam ficando com a maior parte dos lucros gerados pelo turismo.

Calatrava é outro pesquisador a questionar os benefícios do turismo rural para as populações envolvidas. “Há dúvidas se os objetivos básicos do turismo rural para as comunidades implicadas conseguirão ser atendidos, como rendas complementares, infra-estrutura terciária, além de um certo equilíbrio entre os sistemas ecológico, socioeconômico e cultural.” (Calatrava apud Froehlich e Rodrigues, 2000: 93)

Santana (2002: 27), também ressalta que

(...) infelizmente nem tudo o que é ofertado sob o rótulo de turismo rural baseia-se nas premissas de responsabilidade e consciência do espaço em que se desenvolve a atividade, gerando uma série de efeitos não desejados nas áreas e populações receptoras.

No Brasil, Froelich e Rodrigues (2000) perguntam se, para além da geração de emprego e renda, o turismo rural conseguirá distribuir essa renda e reduzir as desigualdades socioeconômicas. Para os autores, a afirmação de que o turismo rural dinamiza áreas rurais deprimidas é baseada em expectativas e proposições e não em estudos empíricos aprofundados. Portanto, é preciso considerar que o turismo rural pode agravar os problemas dos agricultores familiares. Concordamos totalmente com essa ressalva de Froelich e Rodrigues, pois percebemos uma exacerbação da idéia de que o turismo rural na agricultura familiar é uma atividade promissora para as famílias rurais, pois além de beneficiá-las economicamente, seria uma forma de turismo sustentável que estaria contribuindo para o desenvolvimento sustentável.

Vieira, Almeida e Souza (2006), questionam os próprios impactos positivos do turismo rural na geração de emprego e renda, e também afirmam que falta monitoramento das experiências para comprovar os efeitos econômicos propagados como positivos. Ao pesquisar o turismo rural no Sul do estado do Rio Grande do Sul, e na Serra da Mantiqueira no estado de Minas Gerais (Brasil), Souza apud Vieira, Almeida e Souza (2006), conclui que o número de empregos gerados é baixo; a maioria dos empregos são temporários e exigem baixa qualificação; e que os resultados das pesquisas contrariam a ênfase na retórica das vantagens econômicas do turismo rural.

Pesquisando os impactos do turismo rural na Zona da Mata do estado de Pernambuco (Brasil), onde as grandes fazendas de cana-de-açúcar são os principais atrativos, Santo (2005), não verifica melhorias na qualidade de vida da população local e no próprio desenvolvimento econômico. Segundo ela, o modelo de turismo rural na zona da mata exclui a participação da população local e contribui para perpetuar o latifúndio.

(...) apesar de apregoada como opção de emprego e renda, a atividade nessa região vem reproduzindo mais uma forma de exclusão dos trabalhadores rurais, não contribuindo para a manutenção do homem do campo, nem para a melhoria da sua qualidade de vida. (Santo, 2005: 191)

Ao analisar um caso específico na Espanha, Calatrava apud Baidal (2000) aponta os seguintes impactos do turismo rural:

- a atividade agrária diminuiu notavelmente, ou até desapareceu;
- o setor de serviços teve um hiper-desenvolvimento, empregando 70% da população ativa;
- perda da cultura agrária e da identidade cultural dos habitantes;
- aumento de bens oferecidos aos visitantes, que não são produzidos na região.

Calatrava parece se referir ao segundo impacto como algo positivo, pois reduziu o desemprego entre a população local. No entanto, os outros impactos apontados se mostram indesejáveis e negativos para a população local, principalmente no que tange a questão cultural e identitária local. A redução e até o desaparecimento das atividades agrárias é um dos impactos negativos que justifica a defesa do turismo rural como atividade complementar, pois, ao obter maiores lucros com um esforço menor, é comum ver agricultores abandonando suas práticas agropecuárias. Entendemos que, com o desenvolvimento do turismo, ocorre um predomínio de urbanidades sobre as ruralidades, assim como a influência externa no lugar, levando ao terceiro e quarto impacto apontado por Calatrava.

O antropólogo Santana (2002), aponta para as seguintes conseqüências do turismo rural:

- variações populacionais com a inserção dos turistas no lugar (sazonalidade);
- aparição de espaços interferidos, correspondente à inserção de turistas em espaços da população local e à apropriação desses espaços;
- modificação na estrutura econômica e social das populações, com a inserção de novos atores e atividades laborais para apoio ao turismo e, com o aumento da participação de mulheres;
- maior necessidade de infra-estrutura e equipamentos no entorno para atender os turistas e mudanças na paisagem;
- estereotipação do artesanato, da paisagem, do modo de vida e de outras manifestações culturais, levando à criação de símbolos e imagens constituintes de uma autenticidade ilusória.

Assim como as demais modalidades turísticas, o turismo rural também pode se expandir descontroladamente e desencadear impactos negativos. Labat e Perez apud Silva, Vilarino e Dale (2000), indicam os seguintes impactos da massificação do turismo rural:

- não permite o desenvolvimento de grandes áreas rurais;
 - impactos ambientais decorrentes da proliferação desordenada de construções;
 - abandono das atividades agropecuárias;
 - terceirização da atividade econômica e grande de-

pendência da atividade turística, sem que se desenvolvam atividades alternativas para a população local;

- desenvolvimento de um turismo realizado por agentes exógenos (externos), com poucos benefícios para a população local;
- presença de enclaves similares aos do turismo sol e praia, deixando a margem o meio rural e suas necessidades.

Calatrava, Santana, e Labat e Perez, procuram elencar os impactos do turismo rural com base em experiências empíricas européias. Como o turismo rural na Europa é bem mais antigo que no Brasil, suas conseqüências são mais evidentes, de modo que é fundamental conhecer os problemas e erros existentes no contexto europeu para aprender o que não deve ser feito e como fazer melhor. Todavia, não podemos nos esquecer que a realidade brasileira é bem diferente da européia.

Segundo Ribeiro apud Tulik (2003), os famosos benefícios econômicos do turismo rural podem desencadear pressões políticas visando sua expansão. O sucesso econômico pode atrair investidores, limitando as oportunidades e os benefícios para a população local e subvertendo a concepção do desenvolvimento no meio rural. Havendo concorrência do turismo com as atividades agrícolas, pode haver abandono das atividades primárias, tradicionais das famílias rurais.

Santana (2002: 31) assevera que,

Modificações no valor de uso dos recursos podem desestabilizar socialmente a população, favorecendo poucos (maioria de investidores/empreendedores externos ao local) e prejudicando a população local, fato comum em qualquer desenvolvimento turístico. (...) A desarticulação do tecido social, juntamente com outras variáveis, como o envelhecimento da população, a perda de perspectivas individuais ou familiares, e a baixa qualificação profissional, condicionam e determinam o futuro de uma população.

Roberts apud Santana (2002) diz que o turismo rural supõe a mercantilização de um espaço já conhecido, com o objetivo de possibilitar o desenvolvimento de hobbies para a população urbana. Santana (2002) entende que o cliente potencial do turismo rural é um neoromântico desencantado com a sociedade urbana, mas que não renuncia seu cotidiano urbano. Para Dudley apud Santana (2002), a raiz de grande parte dos impactos negativos do turismo rural provém do fato de que o campo recebe iniciativas elaboradas por entidades governamentais e grupos de interesse que operam a partir das cidades.

Na visão de Baidal (2000), o espaço turístico é, antes de tudo, uma imagem, criada pelos turistas e oferecida pelos organizadores de viagens. Adicionaríamos a essa

constatação que não são apenas os turistas que criam as imagens do turismo mas principalmente o trade turístico através do marketing e da propaganda veiculados nas mais variadas mídias. Baidal cita Miossec, que já em 1976 apontava para o fato das populações autóctones perceberem com inquietude e até com surpresa as imagens criadas/oferecidas pelo turismo. A imagem turística dos espaços rurais se fundamenta nas características tradicionalmente associadas ao mundo rural e facilmente identificáveis nas mensagens promocionais desse tipo de turismo.

Para Santos (1996), as imagens fazem parte da psicosfera, enquanto os objetos correspondem à tecnosfera. Ambas, psicosfera e tecnosfera são coexistentes e influenciam a dinâmica espacial. Acreditamos que no turismo, a psicosfera, através da criação de imagens, é extremamente importante na afirmação de uma destinação turística. Muitas vezes, o turismo encontra-se mais consolidado na psicosfera, no imaginário individual e coletivo, do que na tecnosfera. No Brasil, esse fenômeno é muito comum, de modo que diversos atrativos e roteiros turísticos apresentam uma imagem que não condiz com a realidade.

Santana (2002) tece várias críticas à idealização do rural como espaço de tranqüilidade e à ideologia do turismo rural como vetor de desenvolvimento local. Para o autor, o estilo de vida rural consolidou-se como um atrativo, em virtude de estereótipos e perspectivas diferentes das do meio urbano. O autor aponta que o turismo é condicionado pelas modas e estilos de vida preconizados em cada etapa histórica pela qual a sociedade ocidental passa, de modo que as imagens do rural bucólico partem da premissa de separação, cada vez mais radical e falsa, entre cidade e campo, refletindo o predomínio de um sistema urbano que atribui virtudes ao entorno rural.

Sabendo das dificuldades em delimitar o que é autêntico, Verbole (2002) aponta que a busca pela autenticidade pode conduzir a museologização das áreas rurais. Muitas vezes, as comunidades hospedeiras e os agentes do turismo procuram moldar as ilusões e expectativas dos turistas acerca da vida rural e “fantasiam” suas atividades para satisfazer os turistas. MacCannel apud Verbole (2002) denominou esse fenômeno de autenticidade encenada.

Na acepção de Santana (2002), os produtos vendidos como autênticos não o são e, boa parte dos consumidores percebe que há uma reprodução dos produtos. Todavia, esta autenticidade e sua imagem representam para o turista uma experiência que compensa as rotinas do cotidiano, de modo que este paga por ela como por qualquer outro bem ou serviço vinculado a sua viagem. A experiência centrada no autêntico e exótico, de contato

com o nativo desenha uma nova visão do sistema turístico. O entorno e suas imagens são vendidos da mesma forma que no turismo de massa, de maneira uniforme, e

(...) induzem a pensar que, como produto destinado ao turista, o patrimônio cultural e ambiental é tão regulável e reconstruível como qualquer outro bem ou serviço. Se for assim, o âmbito rural conformará a médio prazo um destino-espetáculo global, diferenciando as áreas em função de sua atratividade e da habilidade-capacitação de seus atores. (Santana, 2002: 44) Verbole (2002), Baidal (2000), Tulik (2003) e Santana (2002) são alguns autores que atentam para a transformação da cultura em mercadoria no turismo rural. Santana é um dos mais enfáticos, e além das citações acima ainda afirma que

O turismo rural e outras formas de turismo alternativo promovem o consumo do cotidiano social, cultural e ambiental dentro do rol de produtos recreacionais. Esse cotidiano é comercializado, e para tanto, adornado, empacotado e vendido segundo um valor atribuído pelo mercado e seus agentes promotores. (Santana, 2002: 44) Portanto, o autor aponta para a valorização do esteticamente belo e, que a conservação, reabilitação ou desaparecimento dos atrativos dependerá de sua relevância no contexto recreacional.

(...) a contemplação da paisagem rural como museu vivo, do entorno físico intocável e dos espaços sociais como públicos, onde predominam os usos recreacionais sobre a produção tradicional e sustentada, fecha as portas para um desenvolvimento equilibrado das populações, mas, além disso, condena o recurso no qual este tipo de turismo está centrado. (Santana, 2002: 44) No final de seu artigo, Santana (2002: 46) conclui:

A melhoria da qualidade de vida, a educação, a formação profissional, a recuperação e conservação devem ser metas do planejamento do turismo rural, e não manifestações de um discurso político-fictício. (...) Senão, estaremos criando conscientemente, belas utopias e falsas ilusões de futuro. Analisando o turismo rural em Portugal, Cristóvão (2002) e Graça (2001) também questionam a exacerbção do turismo rural e apresentam críticas pertinentes sobre as implicações socioespaciais dessa modalidade turística.

O meio rural depende cada vez mais de fatores externos (macroeconômicos) e, com o turismo, esta dependência tende a aumentar, pois ampliam-se as relações capitalistas, inclusive do pequeno agricultor. Assim como Santana (2002), Cristóvão (2002) vê o turismo rural condicionado pelo interesse dos cidadãos pelo espaço rural,

(...) é clara a tendência para o mundo rural se transformar em objeto de consumo para citadinos, o que, embora criando oportunidades de desenvolvimento, coloca a economia rural numa posição de cada vez mais dependência de fatores e atores exógenos. Além do mais, mostra que a nova identidade rural é, na essência, moldada pelas procuras urbanas. (Cristovao, 2002: 107).

Cristóvão (2002) se remete a Lourenço, que apresenta uma visão crítica sobre o turismo rural, e usa termos como ambientalização do rural e da agricultura, divórcio rural-agricultura, autonomização do espaço rural face à agricultura, e dependência do rural face às dinâmicas urbanas.

As atividades a que se apela para este mundo rural tendem a torná-lo mais uma cena complementar à vida urbana, sendo valorizado pelas suas qualidades estéticas e pelos seus recursos físicos, e constituindo-se em lugar procurado para especializar as formas de lazer emergentes na cultura urbana. (Lourenço apud Cristóvão, 2002: 86)

Nesse sentido, Lourenço apud Cristóvão (2002) destaca a possibilidade de crescente dependência do rural face às dinâmicas urbanas e de dominância de um conceito de rural que nada tem a ver com a atividade agropecuária, produtor de uma reinvenção e artificialização do rural no imaginário urbano.

No contexto brasileiro, alguns autores tecem críticas aos impactos do turismo rural na paisagem e na cultura local de seus habitantes. Weissbach (2005: 298) aponta que “o exagerado espírito comercial faz com que, às vezes, a cultura não passe de um simulacro para o turista ver.”

Freitas (2002) destaca a influência de valores urbanos na paisagem rural a partir do turismo, haja vista que a procura pelo turismo rural cria, não só um cenário artificial, como também exige novas construções para atender os anseios dos turistas, geralmente provenientes das cidades, de modo que o conforto e as facilidades da vida urbana são transferidos para o rural. Para a autora, a partir do consumo do espaço rural via turismo, há uma normatização de atitudes e práticas. Weissbach (2005) também afirma que propriedades rurais abertas ao turismo incorporam hábitos e tecnologias urbanas e, Filho et al. (2006), falam do caráter urbanizador de algumas propostas de turismo rural.

Acreditamos que os agricultores familiares não devem buscar o padrão de conforto exigido pelos urbanos, mas sim, afirmar seu modo de vida e buscar o seu conforto para compartilhá-lo com os visitantes. O turismo rural na agricultura familiar deve ter como foco o agricultor familiar e não o turista, ou seja, a melhoria da

qualidade de vida das famílias rurais e não os gostos, muitas vezes fúteis, dos turistas.

Weissbach (2005: 299), reforça nossa afirmação, ao colocar que

Para evitar o confronto com o visitante que se julga superior, as comunidades visitadas podem ser educadas no sentido de respeitar os valores estranhos aos seus e, ao mesmo tempo, enfatizar o valor de sua cultura, de modo a afirmar-se nem como inferior, nem tampouco como superior àquele que chega. O autor ainda conclui,

Fazer a população local crer que é a sua cultura que provoca a visitação e que seu modo de viver simples e rústico atrai as pessoas é fundamental para garantir uma manutenção cultural aliada a práticas econômicas que garantam a melhoria da vida no meio rural. (Weissbach, 2005: 300)

Além disso, entendemos que adaptar o meio rural aos padrões do trade turístico ou às expectativas da população urbana é mascarar esse meio rural para comercializá-lo e, não mostrar o que realmente faz parte da vida das famílias rurais. Caso as ações em torno do turismo rural continuem seguindo a lógica vigente, o alerta de Weissbach (2005) de que existirá uma cultura para exibir para o turista e outra para o viver cotidiano, se concretizará.

As implicações do turismo rural no Brasil não deixam de ser similares a algumas conseqüências já verificadas na Europa. Graça (2001, p. 42) coloca que o turismo no espaço rural português “é uma atividade elitizada, caracterizada pela quase total ausência de complementaridade com a agricultura e pouco enraizada localmente”. Fundamentada em pesquisas de Moreira, Graça aponta que a maioria dos promotores são profissionais liberais e do meio científico (40%), empresários (18%), trabalhadores qualificados (12%) e agricultores (5%). Portanto, “o turismo rural é uma atividade cuja difusão começou pelo topo da pirâmide socioprofissional e que está longe ainda de se estender para os estratos mais próximos da base desta” (p. 42).

Concluindo, Graça (2001: 43) coloca,

(...) a aposta num segmento de elevada qualidade e preço, configura o turismo no espaço rural como um processo de desenvolvimento turístico adequando às estratégias de diversificação dos “produtos” turísticos, mas pouco condizente com processos de desenvolvimento local assentados na complementaridade agrícola e promovido pelos protagonistas da transição do mundo agrícola para o mundo rural.

Prosser apud Santana (2002), afirma que para não saturar o destino, busca-se atrair as elites, não permitindo o uso turístico a classes menos favorecidas. Assim,

o aumento dos preços é uma das opções mais utilizadas para barrar o aumento do fluxo de turistas, caracterizando uma clara segregação socioeconômica.

Tanto Graça quanto Prosser destacam a elitização do turismo rural na Europa, fato que reafirma a idéia de transformação da natureza e da cultura em mercadorias, bem como o uso restrito dessas áreas pelas pessoas que podem pagar por ela. Assim, o turismo rural também vem se configurando como uma modalidade segregadora, demonstrando que, na prática, as formas “alternativas” de turismo, ao serem gerenciadas dentro da mesma lógica do turismo convencional, desencadeiam impactos similares a outras modalidades turísticas tradicionais, como o turismo sol e praia.

Não obstante, a gestão dos empreendimentos de turismo rural geralmente é feita pelo proprietário. Como os proprietários não são atores homogêneos, é preciso levar em consideração a origem e as intencionalidades de cada proprietário com seu empreendimento. A partir de uma pesquisa realizada no estado de São Paulo (Brasil), Oliveira apud Tulik (2003) apontou três grupos de proprietários e propriedades rurais vinculados ao turismo rural:

- autêntico: produtor rural reside na propriedade e tem o turismo rural como atividade principal ou complementar;
- sazonal: proprietário, geralmente turista e de elevado nível sócio-cultural, que transformou sua residência secundária num empreendimento de turismo rural;
- investidor: proprietário sem vínculo com o meio rural, que adquiriu a propriedade para transformá-la numa oportunidade de negócio.

Dos três grupos citados, entendemos que apenas o primeiro, chamado de autêntico, já possui suas origens no campo e depende da agricultura para sobreviver. Por conseguinte, neste grupo estariam incluídos os agricultores familiares, que são tidos como os grandes beneficiários em potencial do turismo rural e, principalmente, do agroturismo¹.

Implicações do turismo rural na agricultura familiar

Entendendo que o turismo rural na agricultura familiar apresenta especificidades como a dependência das atividades agropecuárias, podemos afirmar que as pequenas unidades de produção familiares se constituem nas propriedades com maior aptidão ao agroturismo, pois têm como principal atividade a agricultura e/ou pecuária; carregam consigo o modo de vida rural tradicional; possuem gestão e trabalho familiar e; são

empreendimentos que possibilitam um contato direto com o homem do campo e seu cotidiano.

Todavia, os impactos do turismo rural ou do agroturismo em unidades familiares parecem ser mais intensos do que em médias ou grandes propriedades rurais altamente tecnificadas, pois o agricultor familiar se apresenta como uma categoria social diferenciada, sobretudo por ter a maior parte da renda proveniente da agricultura, viver em pequenos estabelecimentos rurais, ter trabalho e gestão familiares e, uma relativa autonomia no que tange a gestão da propriedade.

Tratando especificamente das implicações do agroturismo na agricultura familiar, que não fogem muito das próprias implicações do turismo rural, nos remetemos ao estudo dos ingleses Evans e Ilvery apud Silva, Vilarino e Dale (2000), ao mostrarem que a geração de renda com o agroturismo é limitada em função da curta duração das visitas e, que a diversificação interna das propriedades incorporando atividades não-agrícolas é insuficiente para enfrentar os problemas de queda das rendas agrícolas.

Passando para autores que trabalham com o agroturismo no Brasil, Silva e Almeida (2002: 169) colocam que

(...) a exemplo das demais adoções de renda pluriativa, o turismo implica em adaptações na vida de todos os membros da família. A decisão de implementá-lo depende da disponibilidade dos indivíduos alterarem os hábitos produtivos e de convivência.

No entanto, ao se promover o turismo rural na agricultura familiar, a família deve ser alertada não apenas para os benefícios que a atividade pode gerar (como geralmente ocorre), mas também pelos problemas e para as mudanças que podem ocorrer com a inserção no turismo, fato pouco trabalhado com as famílias rurais brasileiras, pois os promotores/planejadores do turismo objetivam viabilizar a atividade, estando mais comprometidos com o retorno econômico do que com as condições de vida dos agricultores.

No que tange os impactos positivos do turismo rural na agricultura familiar, Silva apud Vieira, Almeida e Souza (2006) destaca os seguintes:

- preservação do patrimônio cultural;
- permanência da esposa no lar e outras funções para ela desenvolver;
- perspectiva de trabalho para os filhos;
- valorização da auto-estima;
- contato com outras pessoas;
- redução do êxodo rural.

Ao pesquisar uma experiência de turismo em pequenas propriedades rurais do município de Taquari, estado do Rio Grande do Sul (Brasil), Jasper e Rocha (2006)

mostram os seguintes benefícios do turismo rural na opinião dos agricultores familiares envolvidos:

- aumento do valor da propriedade e da empresa;
- divulgação dos produtos;
- novos consumidores;
- aumento da procura pelos produtos;
- novos contatos.

Analisando seis propriedades rurais envolvidas com o Projeto denominado “Caminhos das Pedras” no Rio Grande do Sul, Silva e Almeida (2002) constatam que para os agricultores, os principais benefícios foram o aumento de renda da família; o trabalho para os filhos; a permanência da população no distrito; valorização pessoal decorrente da perda de inibição frente os visitantes e; auto-conhecimento por meio de novas relações sociais. No que tange as mudanças positivas ocorridas na comunidade, estão: a volta da vitalidade da mesma; o resgate da auto-estima dos moradores; a criação de mercado para a produção local; a preservação do patrimônio e da cultura e; o fortalecimento das relações interpessoais.

Como principal mudança negativa, os agricultores apontaram o aumento do trabalho, que está vinculado a outras mudanças, como a redução no tempo de lazer; comprometimento das refeições em família; e prejuízos da privacidade. Outros aspectos interessantes da pesquisa de Silva e Almeida (2002) foram os seguintes: dentre as seis famílias dedicadas ao turismo, apenas duas conseguem manter a agricultura. Para tanto, recrutam elementos de outros núcleos familiares (filhos casados, irmãos, empregados). Duas arrendam a área agrícola para terceiros e se dedicam somente ao turismo. As demais não se envolvem com a agricultura.

Esses resultados demonstram a dificuldade em manter as atividades agropecuárias combinadas com a organização da propriedade para receber os visitantes e indicam que apesar de alguns benefícios para os agricultores e a comunidade, há uma tendência de secundarização da agricultura.

Na visão de Filho et al. (2006: 147)

Com a implantação do turismo na agricultura familiar preocupa a migração, mesmo que lenta, da atividade agropecuária típica da família para uma situação de dilapidação onde a propriedade rural perde sua identidade com a produção primária e fica voltada para a prestação de serviços no meio rural, alterando sua identidade.

Ao constatar que o turismo rural é uma atividade que vêm beneficiando os mais dotados dos meios necessários a seu aproveitamento econômico, Silva (2004), afirma que a participação dos agricultores familiares brasileiros em atividades de turismo rural é irrisória. Cavalheiro, Dullius e Froehlich (2006) pesquisaram

oito empreendimentos de hospedagem no espaço rural e constataram que apesar de todos terem menos de 10 hectares, apenas um era de propriedade e administrado por um agricultor familiar.

Ao pesquisar a experiência do “Circuito Italiano de Turismo Rural” do município de Colombo, estado do Paraná (Brasil), Candiotto (2007) constatou que entre os 31 estabelecimentos envolvidos com o Circuito, apenas oito eram administrados por agricultores familiares. O autor também enfatiza que a maior parte dos lucros e benefícios provenientes do turismo está concentrada naqueles atores com uma visão empresarial enquanto os agricultores familiares ficam com uma pequena parcela desses benefícios. Outro aspecto analisado por Candiotto, diz respeito à baixa participação dos agricultores familiares nos fóruns coletivos como o Conselho Municipal de Turismo e, à pouca influência que estes têm nas decisões tomadas pelo Conselho e pela Associação dos empreendedores do Circuito.

Marafon (2006) coloca que o espaço rural se transforma em decorrência da valorização de seus aspectos naturais e a manutenção da produção agrícola familiar se torna importante para a disseminação da imagem do espaço rural e natural vendido ao turista. Apesar da valorização da imagem do rural e da agricultura familiar, o autor tece críticas a essa concepção e a partir de pesquisa realizada na região serrana do estado do Rio de Janeiro (Brasil), demonstra que os agricultores familiares vêm sendo explorados no processo de implantação do turismo rural.

Campanhola e Silva (2000) elencam os seguintes problemas que podem advir com o agroturismo:

1. degradação ambiental (lixo, esgoto, barulho, depreciação de patrimônios naturais, flora e fauna);
2. degeneração da cultura local por interação da comunidade local com turistas de diferentes origens, aumento do trânsito de pessoas e mobilidade populacional;
3. aumento da demanda por serviços públicos, competindo com o atendimento da comunidade local;
4. inclusão e exclusão de áreas e regiões, podendo levar ao êxodo rural nas áreas excluídas;
5. aumento da criminalidade, uso de drogas e depreciações do patrimônio público por influência dos fluxos de populações urbanas no meio rural;
6. abandono das atividades agropecuárias;
7. aumento do custo de vida das comunidades residentes devido ao aumento no custo das mercadorias e serviços e, do preço da terra, resultante da especulação imobiliária.

Os impactos apontados pelos autores demonstram a complexidade do turismo e de suas implicações, pois

envolvem questões ambientais, econômicas e socioculturais que tendem a afetar as áreas receptoras, ou seja, as comunidades e famílias rurais. No caso dos pequenos agricultores, os mesmos autores percebem que as dificuldades para seu engajamento no agroturismo parecem ser maiores e relacionam os principais obstáculos:

- deficiência de capacitação para desenvolver atividades não-agrícolas;
- difícil predisposição para agregar um negócio não agrícola dentro da propriedade, devido à tradição agrícola;
- baixa capacidade econômica para assumir riscos;
- dificuldade de acesso a programas do governo devido à falta de garantias para o setor financeiro;
- pouca tradição de associativismo e cooperativismo, que para os pequenos é fundamental para o sucesso do empreendimento, sobretudo no marketing e comercialização;
- dificuldade de acesso à informação mercadológica dos produtos turísticos;
- baixo intercâmbio com agências operadoras. (Campanhola e Silva, 2000: 164)

Apesar de concordarmos com os problemas evidenciados, as dificuldades dos pequenos agricultores apontadas por Campanhola e Silva (2000) demonstram a concepção de turismo rural dos autores como mais uma modalidade de turismo convencional, haja vista a ênfase nos aspectos econômicos e administrativos do turismo rural em pequenas propriedades. A integração dos agricultores ao trade é apontada como inevitável, necessária e positiva para o desenvolvimento do turismo rural. Contudo, apesar da longa trajetória dos autores em estudos agrários, estes parecem ignorar certas especificidades dos agricultores familiares, acreditando na viabilidade de transformação destes em empresários do turismo e primando pela maior inserção destes na lógica mercadológica, aspectos criticados por Graça (2001), Santana (2002), Cristovão (2002), entre outros.

Em nossa opinião, a própria lógica do mercado, pautada na maximização constante de lucros, competitividade, profissionalização e individualismo, não combina com as características econômicas e socioculturais dos agricultores familiares. É mais uma lógica capitalista que penetra no campo, utiliza o discurso de sustentabilidade e de melhorias para os agricultores familiares, mas que provavelmente beneficiará os promotores da atividade.

Segundo Tulik (2003) quando o turismo começa a gerar renda superior a agricultura, o proprietário, sobretudo pequeno, deixa as atividades rotineiras para se dedicar a venda de produtos que, embora tipicamente rurais, não são produzidos por ele.

Acontecendo isso, o turismo rural, de alternativa complementar de renda, torna-se a atividade principal e, ao invés de contribuir para a diversificação das atividades agropecuárias e manutenção das famílias no campo, reduz as atividades àquelas que de alguma forma são interessantes para o turista e transforma os agricultores em empresários do setor turístico. Além disso, altera-se a configuração das paisagens e dos lugares bem como os “serviços tradicionais” rurais, que podem deixar de ser atrativos ou modificar-se a ponto de descaracterizar as práticas locais.

Portanto, a idéia do turismo como atividade complementar, sobretudo para agricultores familiares, pode se tornar inviável a partir do momento em que o turismo passa a ser visto como um único negócio, no qual são investidos recursos que necessariamente tem que retornar através do aumento da demanda turística.

Vale destacar ainda, mais um empecilho para os empreendedores rurais que dispõem de poucas condições financeiras, que é o que está relacionado em muitos casos à falta de mão-de-obra que o agricultor dispõe. Para o turismo como atividade complementar, o agricultor terá que utilizar um tempo considerável além do tempo de trabalho na agricultura. Existem possibilidades de faltar tempo para que o agricultor exerça as demais atividades rotineiras desempenhadas por ele na agricultura, o que pode afetar o desenvolvimento de outras atividades.

Partindo da análise de experiências empíricas de turismo rural na agricultura familiar, CandiOTTO (2006) e Bricalli (2005) também constatam que os agricultores familiares que passam a receber turistas, não têm mais tempo livre para seu próprio lazer e de sua família, haja vista que a visitação ocorre majoritariamente nos finais de semana e feriados, enquanto os dias de semana são ocupados com as atividades agrícolas e com a preparação da propriedade para recepção dos turistas. Assim, aqueles agricultores que são responsáveis por uma oferta de lazer e turismo, acabam, em função disso, sendo privados de tempo livre para poder praticar o lazer e o turismo.

Fundamentada na conceituação de turismo rural apresentada por Groulleau, Novaes (2004) afirma que o turismo rural apresenta as seguintes funções: utilizar mão-de-obra, recursos e gestão local, além de ser uma atividade estratégica para a proteção ambiental do espaço rural; garantir a manutenção da família rural no campo e, conseqüentemente, a conservação das atividades agrícolas tradicionais e; estimular a preservação do patrimônio cultural, respeitando sua diversidade. Para Bovo (2005), o turismo rural tem o objetivo de melhorar a qualidade de vida das pessoas da localidade.

Considerando as funções acima, podemos afirmar que o turismo rural tem como principal objetivo melhorar as condições de vida das populações rurais, seja através do aumento dos empregos e da renda, da proteção ambiental, da manutenção das atividades agropecuárias existentes e da valorização cultural local. No entanto, a implantação do turismo rural geralmente é feita a partir de uma lógica de desenvolvimento turístico que é determinada por atores vinculados ao trade turístico, de modo que diversos valores mercadológicos (competição, crescimento constante, capacitação e gestão empresariais) passam a ser disseminados para os agricultores como inevitáveis para o “sucesso” do empreendimento.

Nesse sentido, questionamos se os interesses do trade estão vinculados aos interesses dos agricultores com a abertura de suas propriedades ao turismo. Apesar de diversos autores justificarem que o turismo rural é uma alternativa de melhoria e de fixação do homem do campo no espaço rural, entendemos que para o trade, o turismo rural não passa de mais um nicho de mercado a ser explorado. Assim, o boom do turismo rural no mundo interessa muito mais às empresas do trade, que passam a atuar na perspectiva de segmentação do turismo, do que aos agricultores, que na retórica são tidos como os maiores beneficiários da implantação do turismo rural mas no processo de implantação do turismo são aqueles que mais sofrem com os impactos negativos da atividade turística.

Graça (2001) apresenta uma reflexão similar, entendendo que na perspectiva do turismo e de seus agentes há uma reinvenção do rural, onde o consumo turístico da genuinidade e da autenticidade é promovido e mediatizado por promotores externos muito próximos do perfil dos visitantes. Nesse sentido, o espaço rural torna-se palco para atuação de atores exógenos enquanto a população rural tradicional é relegada aos ditames do trade turístico, tendo pouca participação no processo de tomada de decisões sobre seu próprio futuro.

Acreditamos que o trade turístico vê no espaço rural um novo receptáculo dos equipamentos e atividades do turismo. Assim, as diversas peculiaridades e particularidades do rural – quando não se constituem em atrativos turísticos – vêm sendo ignoradas na gestão do turismo no meio rural, sobretudo quando o pequeno agricultor familiar é envolvido no processo. A lógica do mercado turístico penetra no meio rural com um único objetivo que é o lucro, modificando paisagens, territórios e a territorialidade dos agricultores familiares.

Desta forma, por um lado temos a busca de expansão dos mercados turísticos para o trade, onde o rural é visto como um nicho de mercado a ser explorado. Mesmo ten-

do suas peculiaridades, o turismo rural é pensado dentro da lógica do trade turístico. Assim, para desenvolver o turismo rural, além dos atrativos naturais e culturais já existentes, é preciso dotar esse rural de infra-estrutura, equipamentos turísticos, capacitação profissional, visão empreendedora, entre outros fatores de cunho mercadológico que tendem a transformar e complexificar o espaço rural, sobretudo no que tange os interesses pelo rural e as novas relações de poder que são estabelecidas com a entrada do trade e outros atores.

Por outro lado, emerge o discurso do turismo rural como alternativa para os agricultores e moradores das áreas rurais, de modo que com a implantação do turismo, seriam gerados empregos e renda para a população rural, contribuindo para a permanência dessa população no campo, valorização da auto-estima dos agricultores, diversificação das atividades na propriedade, conservação ambiental, etc. Nessa vertente incluem-se diversas políticas públicas de apoio ao turismo rural em áreas economicamente deprimidas, como os programas LEADER (Ligação entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural) da União Européia.

No entanto, não podemos negar que tanto o discurso do rural como novo território para o trade turístico, quanto o discurso do turismo rural como alternativa de emprego e renda para os agricultores encontram-se imbricados, de modo que agricultores passam a incorporar a ideologia do turismo rural como alternativa, ao mesmo tempo em que o trade turístico passa a valorizar o modo de vida rural, historicamente tido como atrasado e marginal.

Mesmo sabendo das diferentes intencionalidades no que tange o incentivo ao turismo rural, alguns elementos da retórica passam a ser adotados pelos diversos atores sociais envolvidos. Um deles diz respeito ao turismo como atividade complementar à agricultura, pois dissemina-se a idéia de que o agricultor deve manter sua produção e incorporar o atendimento ao turista como mais uma atividade. Aqui, percebemos que crescem as exigências frente os agricultores, que além de produtores de alimentos tem que se transformar em empresários com capacidade administrativa em um novo e diferente negócio. Considerando o contexto sociocultural dos agricultores brasileiros, sobretudo dos agricultores familiares, percebemos que essa dupla exigência de permanecer agricultor e se tornar um empreendedor não condiz com a realidade dos agricultores familiares brasileiros, marcada pela baixa escolaridade, dificuldades de sobrevivência, falta de infra-estrutura (energia, comunicações, habitações adequadas, saneamento, etc.), bem como com as características culturais destes agricultores, que sempre retiraram sua sobrevivência a

partir do trabalho na terra.

Discordamos da idéia de que o turismo rural deve ser gerenciado pelo trade turístico, e entendemos que é preciso pensar o turismo rural a partir da realidade dos agricultores, ou seja, direcionado à melhoria de qualidade de vida para as famílias rurais. O turismo tem que se adaptar ao meio rural e não o meio rural ser adaptado para o turismo.

Considerações Finais

A partir do exposto, entendemos que há uma incompatibilidade entre os objetivos eminentemente econômicos do trade turístico e a retórica dos benefícios ambientais, socioculturais e econômicos do turismo rural para os agricultores, e que essa incompatibilidade conduz a diversas implicações socioespaciais decorrentes do desenvolvimento do turismo rural. Mesmo sendo uma nova fonte de emprego e renda para as famílias rurais, o turismo rural usa o ambiente e a cultura rural como atrativos e, a partir da entrada de agências, operadoras, consultores, empresários externos, entre outros atores sociais, modifica a estrutura do rural e sua dinâmica socioespacial, ao ponto de tornar o espaço rural um mero receptor dos objetos e das ações do trade turístico.

Portanto, mesmo valorizando e conservando o meio físico-biótico e paisagístico, ou seja, incorporando a variável ambiental, o turismo rural e o próprio agroturismo ainda não podem ser considerados sustentáveis, pois, de forma geral continuam controlados e promovidos por sujeitos que concentram o lucro da atividade, em detrimento das comunidades autóctones, que ao invés de se beneficiarem são as mais afetadas com os impactos provenientes do turismo.

Apesar de uma maior preocupação com a conservação ambiental, valorização cultural, melhoria da infra-estrutura local e com algum retorno econômico para as comunidades autóctones receptoras, o turismo não costuma alterar a concentração de renda nem promove benefícios sociais estruturais, isto é, direcionados para a coletividade.

Acreditamos ser importante buscar alternativas de turismo que tenham como objetivo as comunidades receptoras e a conservação ambiental, porém a lógica do sistema capitalista, regida por um mercado globalizado, concentrador e cada vez mais poderoso frente os lugares dificulta e até impossibilita a operacionalização de experiências que realmente busquem minimizar as desigualdades sociais, conservar os ecossistemas e possibilitar a autonomia das populações locais.

Como o lucro é o objetivo primordial, os benefícios ambientais e principalmente socioculturais ficam restri-

tos ao discurso promocional. Apenas as áreas que possuem atrativos naturais ou culturais são conservadas e quase não há retorno do lucro para a construção de obras de infra-estrutura coletivas, conservação de áreas de entorno (recursos hídricos, ecossistemas, biodiversidade), geração de empregos e outras melhorias sociais. Portanto, ao comparar o discurso com as experiências de implantação do turismo com base local, percebemos que há uma contradição entre o discurso do turismo como atividade sustentável e os objetivos dos promotores da atividade, eminentemente econômicos e corporativistas.

Desta forma, é impertinente afirmar que existe ou que está sendo construído no Brasil um turismo sustentável ou mesmo práticas sustentáveis de turismo em lugares específicos, sobretudo em destinações de turismo rural. Para afirmar que determinada experiência de turismo é sustentável, é preciso realizar uma análise consistente e detalhada desta, considerando a dinâmica espacial, os aspectos e impactos de ordem ecológica, sociocultural, econômica e política, bem como as premissas teóricas das idéias de desenvolvimento sustentável e, conseqüentemente, de turismo sustentável.

Apesar de estarmos distantes de um turismo com base local que possa ser sustentável, entendemos que é fundamental a continuidade dos esforços teóricos e das análises empíricas que possam subsidiar a efetivação de uma gestão turística no meio rural, mais justa com os interesses coletivos. Para tanto, o planejamento do turismo de base local se faz necessário, tanto em áreas com alguma organização, que já recebem visitantes, como naquelas onde já existe oferta em potencial, atrativos naturais e uma visitação desordenada.

No entanto, voltamos a apontar que o maior problema não está na falta de planejamento e de gestão, mas principalmente nas intencionalidades particulares que predominam sobre intencionalidades coletivas, ou seja, nas relações de poder entre os atores sociais envolvidos, sobretudo aqueles que, mesmo indiretamente, representam os interesses das corporações transnacionais e do capital financeiro globalizado. Estas relações são elementos constituintes dos territórios turísticos e apreendê-las é fundamental para desvendar quem são os reais beneficiários dos projetos de desenvolvimento turístico e quais são os interesses e intencionalidades predominantes.

Bibliografia

- Baidal, Josep A. I.
2000 "Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofías y realidades". *Estudios turísticos*, 23 (enero-junio): 59-88.

- Bovo, Carlos.
2005 "Associativismo – o melhor caminho para o fortalecimento do turismo no espaço rural". En Congresso Brasileiro de Turismo Rural, 5. Anais: propriedades, comunidades e roteiros no turismo rural. Piracicaba, SP: FEALQ: 149-154.
- Botelho, Eloise S.; Rezende, Ricardo de O.; Pinto, Vicente P. S.
2005 "O olhar sobre as potencialidades do turismo rural em Juiz de Fora". En Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, 5. Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM: 210-220.
- Bricalli, Luiz Carlos
2005 "Estudo das tipologias do Turismo Rural – Alfredo Chaves (ES)". Santa Maria: Ed. Facos.
- Campanhola, C. e Silva, J.G.
2000 "O turismo como nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro". En Almeida, J. A. e Riedl, M. (Orgs.), Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento (pp. 145-179). Bauru, SP: EDUSC.
- Candiotto, L. Z. P.
2007 "Turismo rural na Agricultura Familiar: uma abordagem geográfica do Circuito Italiano de Turismo Rural, município de Colombo – PR". (Tese de Doutorado). Florianópolis, SC.
- Candiotto, L. Z. P.
2006 "Perfil dos Empreendimentos do Circuito Italiano de Turismo Rural de Colombo – PR e Identificação dos Agricultores Familiares" En Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, 5. Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM: 158-166.
- Cavaco, Carminda.
2001 "Turismo rural e desenvolvimento local". En Rodrigues, Adyr B. (Org.), Turismo e Geografia: Reflexões teóricas e enfoques regionais (pp. 94-112). São Paulo: Hucitec.
- Cavalheiro, Letícia; Dullius, Paulo R.; Froehlich, José M.
2006 "Turismo e multifuncionalidade do rural: perfil da estrutura de hospedagem rural na região central do RS". En Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, 5. Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM: 390-399.
- Cristóvão, Artur.
2002 "Mundo rural: entre as representações (dos urbanos) e os benefícios reais (para os rurais)". En Riedl, Mario; Almeida, Joaquim A.; Viana, Andyara L. B. (Orgs.), Turismo rural: tendências e sustentabilidade. Santa Cruz do Sul: EDUNISC: 81-116.
- Filho, Heitor M. B. et al.
2006 "Ações regionalizadas de turismo rural inseridas na lógica da agricultura familiar". En Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, 5. Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM: 142-147.
- Freitas, Inês A. de.
2002 "Novas formas de turismo no Rio de Janeiro: o exemplo da rodovia Teresópolis-Nova Friburgo". En Marafon, G. J. e Ribeiro, M. F. (Orgs.). Estudos de Geografia Fluminense. Rio de Janeiro: livraria e editora infobook Ltda: 87-95.
- Froelich, José Marcos e Rodrigues, Ivonete da Silva.
2000 "Atividade turística e espaço agrário: considerações exploratórias sobre o município de Restinga Seca – RS". En Almeida, J. A.; Froelich, J. M.; Riedl, M. (Orgs.). Turismo rural e desenvolvimento sustentável. Campinas, SP: Papirus: 85-110.
- Graça, Joaquim.
2001 "Turismo e mundo rural: que sustentabilidade?". En Rodrigues, A. B. (Org.), Turismo Rural: práticas e perspectivas. São Paulo: Contexto: 35-46.
- Jasper, Juliana R. e Rocha, Jefferson M.
2006 "O turismo no espaço rural: potencialidades e desafios para a pequena propriedade rural no vale do Taquari/RS". En Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, 5. Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM: 84-92.
- Marafon, Gláucio J.
2006 "Agricultura familiar, pluriatividade e turismo rural: reflexões a partir do território fluminense". Campo-território, Uberlândia, v. 1, n. 1, fev: 17-60.
- Novaes, Carla A.
2004 "Turismo rural e agroturismo diferenciado de turismo em espaço rural: uma proposta". En Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, 4. Anais..... Joinville, SC: IELUSC (CD Rom).
- Ouriques, Helton.
2005 "A produção do turismo: fetichismo e dependência". Campinas, SP: Ed. Alínea.
- Vieira, Elias; Almeida, Joaquim A.; Souza, Marcelino de.
2006 "O turismo rural como um vetor de desenvolvimento regional e local". En Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável,

5. Anais: ordenação, segmentação e regionalização do turismo em áreas rurais. Santa Maria, RS: FACOS/UFSM: 122-131.
- Santana, Agustín.
2002 "Desarrollos y conflictos en torno al turismo rural: claves y dilemas desde la antropología social". En Riedl, Mario; Almeida, Joaquim A.; Viana, Andyara L. B. Turismo rural: tendências e sustentabilidade (pp. 13-50). Santa Cruz do Sul: EDUNISC.
- Santo, Fabiana B. E.
2005 "A questão agrária e o turismo rural na Zona da Mata Norte de Pernambuco". En Congresso Brasileiro de Turismo Rural, 5. Anais: propriedades, comunidades e roteiros no turismo rural. Piracicaba, SP: FEALQ: 187-192.
- Santos, Milton.
1996 "A natureza do espaço". São Paulo, SP: Ed. Hucitec.
- Silva, Charley.
2004 "As possibilidades e impossibilidades da sustentabilidade do sistema turístico". En Encontro Nacional de Turismo com Base Local, 7. Anais.... Curitiba, PR: UFPR/UNICENP (CD Rom).
- Silva, José G.; Vilarinho, C.; Dale, P. J.
2000 "Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil". En Almeida, J. A.; Froelich, J. M.; Riedl, M. (Orgs.). Turismo rural e desenvolvimento sustentável (pp. 15-62). Campinas, SP: Papirus.
- Silva, M. F. e Almeida, Joaquim. A.
2002 "Turismo rural: família, patrimônio e trabalho". En Riedl, Mario; Almeida, Joaquim A.; Viana, Andyara L. B. Turismo rural: tendências e sustentabilidade (pp. 165-203). Santa Cruz do Sul: EDUNISC.
- Tulik, Olga.
2003 "Turismo rural". São Paulo: Aleph.
- Verbole, Alenka.
2002 "A busca pelo imaginário rural". En Riedl, Mario; Almeida, Joaquim A.; Viana, Andyara L. B. Turismo rural: tendências e sustentabilidade (pp. 117-140). Santa Cruz do Sul: EDUNISC.
- Weissbach, Paulo R. M.
2005 "A questão da cultura local no turismo rural e os impactos causados pela atividade". En Congresso Brasileiro de Turismo Rural, 5. Anais: propriedades, comunidades e roteiros no turismo rural. Piracicaba, SP: FEALQ: 295-300.

Notas

- 1 O agroturismo é uma submodalidade turística do turismo rural, realizada no espaço rural, complementar às atividades agropecuárias e, envolve a participação direta e/ou indireta do turista em atividades comuns dos agricultores, como plantio, colheita, ordenha, entre outras.

Recibido: 02/10/09
Reenviado: 16/02/11
Aceptado: 22/02/11
Sometido a evaluación por pares anónimos



AIMS & SCOPE

Aiming at freely accessible scholarly knowledgebase in the travel, hospitality and tourism field, the *JTTR*, with its rich, quality, current and applicable information from different corners of the world, and growing number of queries and manuscript submissions, is emerging as a major and highly favorable scientific platform among researchers and practitioners.

The journal covers all types of empirical and conceptual research of issues relevant to travel, tourism and hospitality industry. In addition to research articles, research notes and book reviews, the *JTTR* welcomes book discussions and contributions debating or commenting issues of interests to researchers and the professional community.

All manuscripts published in *JTTR* are double-blind peer reviewed by scholars expert in the subject/topic area of the manuscript and in the disciplinary or methodological approach used. The standard for publication in *JTTR* is that the paper must make a clear contribution substantively, theoretically or methodologically, to the body of knowledge.

Indexed/abstracted in *Ebsco*, *Ciret*, *Proquest Career and Technical Education*, *Turizam*, *Journal of Travel and Tourism Research* has recently been approved for inclusion in the 11th Edition of *Cabell's Directory of Publishing Opportunities in Marketing*.

Thanks to the distinguished editorial board members for their time, painstaking reviews, constructive criticisms and contributions, the *JTTR* will successfully continue to dissemination of knowledge to a wider audience since 2001.

E-mail: intjttr@gmail.com ; stad@adu.edu.tr ; ayuksel@adu.edu.tr

EDITORIAL BOARD

AGARWAL, Sheela

University of Plymouth-UK

BALOGLU, Şeyhmus

University of Nevada, USA

BAUM, Tom

The Scottish School, University of Strathclyde, UK

BECKER, Cherylynn

Washington State University, USA

BRAMWELL, Bill

Sheffield Hallam University, UK

BUTLER, Richard, W.

University of Surrey, UK

BUSBY, Graham

University of Plymouth, UK

CHON KS. (Kaye)

Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong

CLARKE, Alan

University of Pannonia, Hungary

ÇAKICI, A. Celil

Mersin University, Mersin-Türkiye

ÇOBANOĞLU, Cihan

Delaware University-USA

ÇOLAKOĞLU, Osman

Adnan Menderes University, Aydın- Türkiye

Ekiz, H. Erdogan

Taylor's University, Malaysia

HALL, Colin Michael

University of Otago, New Zealand

HANCER, Murat

Oklahoma State University, USA

İÇÖZ, Orhan

Yaşar University, İzmir-Türkiye

KAHRAMAN, Nüzhet

İstanbul Ticaret University, İstanbul-Türkiye

KOÇ, Erdoğan

Doğuş University, İstanbul -Türkiye

KORSTANJE, Maximiliano E.

University of Palermo-Argentina

KOZAK, Nazmi

Anadolu University, Eskişehir-Türkiye

KUŞLUVAN, Salih

Nevşehir University, Nevşehir-Türkiye

MANSFELD, Yoel

University of Haifa, Israel

MANSFIELD, Charles

University of Plymouth, UK

MORRISON, Alastair

Purdue University, USA

MORRISON, Alison

The Scottish School, University of Strathclyde, UK

OKUMUS, Fevzi

University of Central Florida, USA

PAGE, Stephen

University of Stirling, UK

PIRNAR, İge

Yasar University, İzmir-Türkiye

RITCHIE, J.B.R.

University of Calgary, Canada

RYAN, Chris

University of Waikato, New Zealand

TANRISEVDİ, Abdullah

Adnan Menderes University, Aydın-Türkiye

TEPECİ, Mustafa

Celal Bayar University, Manisa-Türkiye

TOSUN, Cevat

Mustafa Kemal University, Hatay-Türkiye

USTA, Öcal

Dokuz Eylül University, İzmir-Türkiye

UYSAL, Muzaffer

Virginia tech University, USA

WOOD, Roy

The Scottish School, University of Strathclyde, UK

Pescadores, cabaneiros e feirantes: novas percepções sobre a atividade turística na Baía de Camamu

Djaneide Silva Argoloⁱ

Natanael Reis Bomfimⁱⁱ

Universidade Estadual de Santa Cruz (Brasil)

Resumo: Este artigo tem como objetivo compreender o processo de ressignificação socioespacial da Baía de Camamu – Bahia – Brasil, através da inserção da atividade turística, a fim de apresentar estratégias para o planejamento sustentável do turismo. Entende-se que o turismo, como atividade econômica e como fenômeno social, aporta impactos sociais, culturais e ambientais, negativos e/ou positivos (Bomfim,2006; Dias;2003; Yazigi, 2008). Nessa perspectiva, entender a percepção dos atores principais, sobre a produção do lugar turístico, a Baía de Camamu é buscar pistas que possam permitir ao planejamento sustentável do turismo. Para tal, utiliza-se nesse estudo uma abordagem metodológica qualitativa/interpretativa. Os resultados apontam que a ressignificação do espaço da Baía de Camamu, pelos pescadores, cabaneiros e feirantes, passa pela percepção afetiva dos mesmos, na medida em que as transformações nas dimensões ambientais, sociais e culturais envolvem uma relação de alteridade entre esses sujeitos e os visitantes. Nesse sentido, um planejamento participativo pode direcionar ações para uma sustentabilidade da atividade turística.

Palavras-chave: Baía de Camamu; Turismo; Sustentabilidade; Percepção.

Title: Fishermen, and merchants cabaneiros: new insights into the tourist activity in the Bay of the Camamu

Abstract: This article aims to understand the process of socio reinterpretation of the bay - Bahia - Brazil, through the inclusion of tourism in order to propose strategies for sustainable tourism planning. It is understood that tourism, as economic activity and as a social phenomenon, brings the social, cultural and environmental consequences and / or positive (Bomfim, 2006; Dias;2003; Yazigi, 2008). From this perspective, understanding the perception of the main actors on the production of tourist place, the bay is to seek clues that might enable the planning of sustainable tourism. It draws on this study a qualitative approach / interpretation. The results indicate that the redefinition of the area of the bay, the fishermen, and merchants cabaneiros, affective is the perception of them, to the extent that changes in the dimensions of environmental, social and cultural otherness involves a relationship between these subjects and visitors. Accordingly, a participatory planning can guide actions for sustainability of tourism.

Keywords: Bay of the Camamu; Tourism; Sustainability; Perception.

ⁱ Mestra em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz. Professora da Universidade Estadual de Santa Cruz – Curso de Historia. E-mail: djaneideargolo@hotmail.com

ⁱⁱ Doutor em Educação pela Universidade do Quebec em Montreal. Professor Adjunto da Universidade Estadual de Santa Cruz, atuando no Programa de Mestrado de Cultura e Turismo na Disciplina Planejamento Sustentável do Turismo e no Curso de Bacharelado e Licenciatura em Geografia, na Disciplina Cartografia. E-mail: natanaelreis@uol.com.br.

Introdução

Nas últimas décadas, paralelo ao contexto educacional e ao seio das ciências humanas, Geografia, História, Sociologia, Antropologia, Economia, entre outras, os debates sociais e científicos colocam em jogo os termos representações, territorialidade, lugar, etc. Estes debates portam sobre a necessidade de investigar os princípios fundadores de nossa relação com o mundo. Trata-se de interagir os fundamentos de uma inteligibilidade do espaço das sociedades com as significações atribuídas ao espaço vivido pelo ator sócio geográfico, construídas através de sua participação na sociedade e da sua construção identitária com o espaço (aquele que pensa, reflete e age no espaço geográfico).

Entende-se, aqui, que o turismo se afirma como atividade econômica que interfere na organização desigual dos territórios, absorvido pelos modos de produção econômicos, sociais e culturais, portanto, requerendo controle governamental e da própria sociedade e exigindo a aplicação de políticas públicas e privadas, oficiais e alternativas. É nessa perspectiva da organização espacial que Havas (1981: 6) explica o turismo como uma atividade que se preocupa com a produção e distribuição espaço. Isso revela a necessidade de um disciplinamento no contexto global onde opera o turismo, visando dotá-lo de uma racionalidade econômica que permita o controle das variáveis de bens e serviços que tornam possíveis os benefícios esperados pelos turistas em viagem. Os principais objetivos econômicos gerais do turismo são: maximização da quantidade de experiência psicológica para os turistas [da utilidade dos bens e serviços]; maximização dos lucros das firmas que produzem bens para os turistas; maximização dos impactos primário e secundário dos gastos turísticos sobre uma determinada comunidade, região ou país.

Mas, antes de ser um fenômeno econômico, o turismo é uma experiência social que envolve pessoas que se deslocam no tempo e no espaço em busca de prazer e diversão que atendam não apenas as suas necessidades físicas imediatas, mas também os seus imaginários. Moesch (2000) afirma que o turismo envolve uma relação complexa de inter relacionamentos entre produção e serviços, cuja composição integram-se uma prática social com herança histórica, a um meio ambiente diverso, à uma cartografia natural, às relações sociais de construtibilidade e às trocas de informações interculturais.

Percebe-se, aqui, vários aspectos das imbricações socioculturais, uma vez que das relações desenvolvidas durante a promoção da atividade turística, decorrem (re) construções e (re) significações socioespaciais. Assim, o fenômeno turístico se apresenta como um misto entre a

subjetividade e objetividade que compoem os processos socioculturais, políticos, geográficos e econômicos (Gastal, 2000). Logo, a sua compreensão requer estudos interdisciplinares, uma vez que as ações engendradas em função da exploração da atividade turística trazem seus resultados socializados (Dencker, 2004; Bomfim, 2000; Yázigi, 1998; Filho, 2000). Essas idéias acima são corroboradas pelas inferências de Coriolano (2005 apud Chadeaud, 1987) quando afirma que o espaço turístico é considerado um produto social que envolve aspectos que alicerçam as culturas dos grupos humanos, acentuando por sua vez, a demanda de investigação dos variados vieses da atividade turística, uma vez que esta é hoje compreendida como alternativa de desenvolvimento.

Esse debate no meio acadêmico tem produzido conhecimento, novas proposições didáticas e estratégias de planejamento tanto para a formação de profissionais, nos diversos níveis de ensino, quanto para o desenvolvimento com base sustentável para o turismo (Beni, 2006, Bomfim, 2005, Dencker, 2004, Barreto, 2003). Entretanto, verifica-se que essas produções foram ineficazes, pois não acompanharam as atividades concretas capazes de responder às necessidades dos professores, de comunidades locais, de empresários. Logo, por um lado, os estudos propõem que trabalhem os conceitos em relação às próprias realidades sociais do espaço como uma forma de representação destas realidades. Por outro lado, as práticas que se exercem no espaço apontam que para a maior parte dos sujeitos, empreendimentos envolvidos no fenômeno turístico atuam de maneira assistemática, nas diversas dimensões espaciais e esferas das políticas públicas.

As perspectivas de inspiração interdisciplinar consideram as significações e práticas que os atores sociais atribuídas ao seu espaço de vivência como uma forma de reconstrução de sua realidade socioespacial. Assim, nós acreditamos que estas significações nos permitem de compreender dentro de qual mundo e como eles vivem, e de afirmar que as representações sociais são pertinentes para melhor se compreender o fenômeno turístico e apresentar estratégias que permitam a sua sustentabilidade em diversas dimensões.

Por um lado, o tratamento econômico do turismo requer, no entanto, uma abordagem que contemple ao lado da análise científica, a consideração do elemento humano que é fundamental em sua manifestação. Por outro lado, compreender o objeto de estudo ou fenômeno, o turismo, exige antes de tudo de entender que o conhecimento científico se processa a partir da relação entre os sujeitos e o objeto, a partir dos níveis de experiências que esses travam com o mesmo. Isso significa dizer que o conhecimento empírico desenvolvido, a partir de suas

experiências com o fenômeno no espaço vivido, tem uma importância fundamental para a construção da ciência. Essa, por sua vez apresenta um arcabouço teórico e metodológico que permitem a sua evolução epistemológica, contribuindo não só com o seu avanço mas também na sua intervenção social.

Nessa perspectiva, esse estudo busca esudar o turismo como um fenômeno social e como uma atividade econômica. Como fenômeno social é importante salientar que o mesmo envolve deslocamento e relações de pessoas num determinado espaço geográfico. Esse, numa visão kantiana, é dinâmico na medida em que sua objetividade permite que as coisas existam. Por outro lado, numa visão aristotélica, ele é subjetivo, ou seja percebido, vivido e concebido de diversas formas, logo transformado e ressignificado com espaço turístico, lugar turístico, lugar de memória de identidade (Bomfim, 2000)

Como atividade turística ele se apresenta, em sua forma mais simples, como uma corrente massiva que se desloca desde um mercado de origem até um núcleo receptor, apresentando dois problemas básicos: sua má distribuição no tempo e sua polarização no envolvidas, possibilitando a obtenção do pleno desenvolvimento das suas potencialidades, tanto nos lugares de emissão como nos de recepção dos fluxos físicos e monetários da atividade turística.

Com base nesses aportes teóricos e empíricos, inserimos a contextualização da produção do lugar turístico: a Baía de Camamu, como uma problemática que exige uma investigação científica.

A Baía de Camamu e o Turismo

A Baía de Camamu formada por onze municípios Cairu, Camamu, Ibirapitanga, Igrapiúna, Ituberá, Maraú, Nilo Peçanha, Pirai do Norte, Presidente Tancredo Neves, Taperoá e Valença, que ocupa 6.138 km², o que significa 1.1% do território da Bahia (Olalde, Matos E Conceição, 2010). Como forma de entendimento da sua organização espacial para a atividade turística, objeto do nosso trabalho, apresentaremos um breve comentário sobre o aspecto demográfico estrutura fundiária do Baixo Sul (Tabela 01).

O município de Camamu ficou conhecido pela sua produção de cacau, mas que antes do seu apogeu, produziu também farinha e mandioca. Após necessidades do mercado externo. Contudo, principalmente pelo surgimento da praga, popularmente conhecida como “vassoura de bruxa”, devastou-se parte da produção

de cacau; dessa forma, outras atividades econômicas tiveram que ser inseridas para a saída da pior crise da história local (LEAL, 2005).

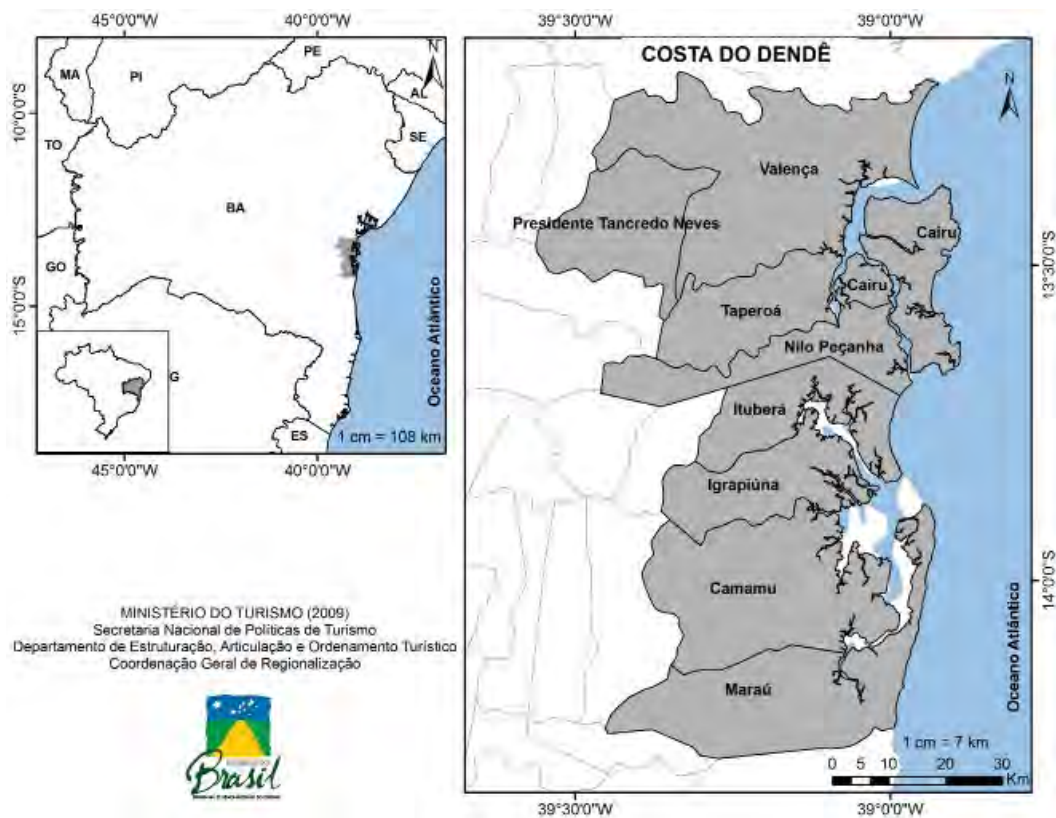
Considerando essas atividades econômicas, vale salientar as categorias ocupacionais que se inserem nesse lugar, ao longo do processo produtivo. Brandão (1998), quando trata das categorias ocupacionais no Recôncavo, afirma que a atividade ocupacional remonta ao início da colonização deste espaço, uma vez que o pescador se configura como elemento que tem para o exercício do seu trabalho a estrutura organizada que é o mar, como também o feirante (muitos deles são pequenos agricultores) que tem oriundo da terra o produto para trabalhar. Por sua vez, destaca-se o cabaneiro que se utiliza tanto do fruto do trabalho do pescador quanto do feirante no exercício de sua ocupação profissional.

Com relação à atividade pesqueira por ser a forma de ocupação mais antiga, se encontra mais revestida de legenda, embora não seja a forma predominante de ocupação das populações da Baía de Camamu, o pescador se configura como produtor autônomo e é inadaptável à disciplina passando a impressão de que opera sem chefes nem patrões e produz por conta própria Mas, tanto este quanto o feirante integram categorias socioeconômicas cuja posição se caracteriza por grande desproporção entre o quanto depende do seu trabalho e o quanto lhe resulta como benefício.

Para o pescador são ressaltadas três categorias de tipos sociais. A primeira refere-se aos sujeitos que têm a pesca como única atividade profissional. A segunda defi-

| Município | Urbana 1980 | Urbana 2000 | Rural 1980 | Rural 2000 |
|---------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Cairu | 5.651 | 6.981 | 5.391 | 4.429 |
| Camamu | 5.979 | 12.107 | 23.618 | 21.154 |
| Ibirapitanga | 4.622 | 6.363 | 15.690 | 15.814 |
| Igrapiuna | 852 | 2.377 | 5.707 | 12.583 |
| Ituberá | 8.358 | 15.910 | 11.742 | 8.223 |
| Maraú | 2.107 | 2.849 | 12.194 | 15.171 |
| Nilo Peçanha | 1.200 | 2.490 | 6.396 | 8.718 |
| Pirai do Norte | 1.201 | 2.787 | 6.298 | 7.638 |
| Presidente Tancredo Neves | | 6.221 | 14.315 | 13.183 |
| Taperoá | 4.548 | 7.523 | 7.586 | 8.410 |
| Valença | 31.813 | 55.884 | 20.155 | 21.625 |
| Total do Baixo Sul | 66.331 | 121.497 | 129.092 | 137.694 |

Tabela 1- População residente total e taxa média geométrica de crescimento anual - Baixo Sul - 2000. Fonte: Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI)



Mapa 1 – Costa do Dendê. Fonte: Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Regionalização (2009).

ne aquele que tem a pesca como atividade complementar, trabalhando na condição de assalariado. Finalmente, a terceira categoria, refere-se aquele que exerce sua atividade na condição de trabalhador autônomo.

Com relação ao feirante observa-se também, a existência de três categorias: 1) aquele que é ao mesmo tempo produtor e comerciante de seus produtos, geralmente em pequena escala; 2) aquele que compra os produtos para o exercício de sua atividade profissional; 3) aqueles que são pagos por quem produz para comercializarem os produtos.

Com relação aos cabaneiros estes são os próprios donos dos seus negócios, por herança ou por opção de trabalho de acordo com as variações de economias predominantes. Ressaltando que para esta categoria o elemento ou fator que direciona o sucesso do seu empreendimento é o número de pessoas que afluem a sua região, independentemente que este fato seja originado de extração de minérios ou atividades agrícolas ou outra atividade qualquer.

Na busca de outros caminhos para o seu desenvolvimento, nos meados da década de 80, do século XX, as Vilas de Baixo, no entorno da Baía de Camamu,

mantiveram as atividades agrícolas, inclusive o cacau, que coexistiam com a extração de minérios, como bauxita, baritina, gás natural e petróleo. Entretanto, com a decadência da lavoura cacauzeira, na década de 90, deste mesmo século, a região se respalda na diversidade econômica. Dentre vários setores, uma possibilidade é o turismo, pois diante das riquezas naturais e patrimônio histórico-cultural preservados, a cidade se consagra pela rica memória historiográfica e, principalmente, pela paradisíaca. Esta inserção deve ter gerado novas relações que influenciam diretamente no processo de ressignificação desse espaço e, pelo seu envolvimento direto ou indiretamente, é possível que os cabaneiros, pescadores e feirantes tenham uma percepção sobre a Baía de Camamu e sua comunidade, antes e após da implantação dessa atividade e, que o conteúdo dela seja um fermento importante para alavancar o planejamento do turismo na região.

A Baía de Camamu está localizada na Zona Turística (ZT) da Costa do Dendê, localizado na Região Sul da Bahia (Figura 01). Os critérios de potencialidade e atrativos foram identificados pelo Programa de Regionalização do Turismo (PRT) do Ministério do Turismo

do Brasil. Essa região de importância econômica, não somente pela produção de dendê, mas também pelo desenvolvimento da atividade turística, se configura como uma área com notáveis recursos e atrativos turísticos naturais e culturais, traduzidos pela exuberante vegetação de mata atlântica, mangues, lagoas, cachoeiras e representação histórica.

Aliado a esta problemática histórico-geográfico que envolve a produção e transformação desse lugar turístico, verifica-se, ainda, que após uma exausta revisão de literatura, existem poucos estudos abordando a Baía de Camamu. Destes, alguns se inserem nos campos da Biologia, da Economia e da História e trazem poucos elementos teóricos e metodológicos que expliquem a relação entre a prática da atividade turística e a pluralidade cultural no processo de organização do espaço. Também, na maioria desses trabalhos, negligencia-se a valorização dos atores sociais locais, fato este que legitima a presente iniciativa, uma vez que pelo caráter da atividade turística e pelo histórico da região, esta atividade deverá alcançar um lugar de destaque na estrutura econômica regional.

Diante do exposto, busca-se questionar qual a percepção dos pescadores, cabaneiros e feirantes sobre a Baía de Camamu, antes e depois da inserção da atividade turística? Para atender a essa questão, elaborou-se os seguintes objetivos: identificar e analisar a percepção desses atores sociais sobre a baía e o modo de vida da sua comunidade, antes e depois da inserção da atividade turística, a fim de apresentar estratégias para o planejamento sustentável do turismo.

A Teoria e Método das Representações Sociais e suas Contribuições para o Planejamento e Compreensão do Turismo

Característico de uma sociedade de consumo, o turismo como um todo estruturado é um produto composto por bens e serviços, tangíveis e intangíveis. Assim, o produto turístico inclui recursos e atrativos naturais e artificiais, equipamentos e infra-estruturas, serviços, atitudes recreativas, imagens e valores simbólicos, constituindo-se num conjunto de determinados benefícios capazes de atrair certos grupos de consumidores em busca de uma satisfação das suas motivações e expectativas (Droulers e Milani, 2002).

Nessa perspectiva, a atividade turística como fenômeno social e econômico apresenta objetivos que visam a maximização do lucro, de experiências psicológicas, dos impactos sobre o social, ambiental e econômico, principalmente para a comunidade local, de uma logística temporal e espacial. Isso coloca estranhos frente a frente, agregando mão de obra de feminina e de minorias étnicas excluídas. Nesse sentido, esse fenômeno é

um campo rico para as pesquisas em ciências sociais, tendo as Representações sociais com base teórico e metodológica.

A Representação Social, que na concepção de Moscovici (1976), se configura como um conjunto de idéias, opiniões, valores, preconceitos e estereótipos que os indivíduos têm sobre um objeto social. Moscovici (1976) introduz em sua teoria, uma noção de sujeito ativo e construtor, assim, é importante destacar que o conceito de representação social parte da proposição de consciência coletiva, porém não relaciona indivíduo e sociedade de forma dicotômica. Desse modo, o homem não absorve os conteúdos que a sociedade o impõe, ele os reformula, na medida em que é um ser ativo e não passivo diante do mundo.

As representações sociais exercem um papel de intermediário entre o individual e o coletivo, tornando-os intercambiáveis. Logo, a singularidade dessa teoria reside em abordar os pontos de interseção entre as referências de grupos sociais e suas apreensões individuais como sujeitos ativos.

Por outro lado, as representações sociais podem ser produto (conteúdo) e em processo, ao mesmo tempo orientando as práticas sociais e sendo orientadas pelas mesmas. Para tanto, se considera que as representações sociais se estruturam em duas instâncias principais, um núcleo central, mais resistentes a mudanças, sendo a base comum propriamente social e coletiva, e uma periferia, mais maleável e disposta a modificar-se no intuito de englobar eventos, idéias, objetos, que sejam contraditórios a priori, para, ao interagir com esta novidade, integrá-la na representação pré-existente ou criar uma nova representação a partir desta novidade, sendo mais associada às características individuais e ao contexto imediato e contingente nos quais os indivíduos estão inseridos (Abric, 2000; Olschowsky, 2007).

O sucesso desta teoria é testemunho da renovação dos interesses pelos fenômenos coletivos, especificamente, pelas regras que regem o pensamento social. Com isso, o “senso comum” aparece como essencial, a identificação da “visão de mundo” que os indivíduos ou os grupos têm e utilizam para tomar posição é indispensável para compreender a dinâmica das interações e práticas sociais (Abric, 2000).

As Práticas Sociais e Econômicas no Processo de Ressignificação Espacial

Considerando que o espaço turístico é consumido pelos atores sociais que aí exercem suas práticas, resgata-se aqui, o conceito de (Santos, 1986:119) onde “o espaço é a natureza modificada pelo homem através do seu trabalho”. Essa concepção do autor nos leva a perceber que o espaço geográfico que inclui aquele da atividade

turística, não é apenas um reflexo, mas um produto da materialização das coisas produzidas pelos homens no seu lugar de vida e de trabalho. Entendendo aqui que o “espaço não pode ser um reflexo do modo de produção atual, mas um reflexo dos modos de produção passados” (Santos, 1986:145). Essas idéias, associadas às nossas, com relação à Baía de Camamu, implica em inferência de algo percebido e sentido pelos homens em função tanto de seus sistemas de pensamento quanto de suas necessidades.

Nesse contexto, esse espaço turístico da Baía de Camamu é analisado segundo múltiplos fatores que envolvem tanto o meio natural, quanto as necessidades e aspirações dos atores sociais que aí vivem, observando-se que esse espaço é o resultado de um produto histórico, destacando-se o fluxo dinâmico e contraditório das relações sociais e comportamentais.

Busca-se essa compreensão através da percepção socioespacial dos sujeitos envolvidos na pesquisa remetendo ao significado do espaço turístico da comunidade local, que corresponde ao espaço percebido através do sentido que (Husserl, 1986:47) emprega para o termo percepção quando diz que “perceber é fenômeno que depende da capacidade do sujeito para decompor um objeto em sua qualidade simples - a sensação - e de recompor o objeto como um todo, organizando-o e interpretando - a percepção.

A percepção, como elemento da representação social, é entendida como a relação entre sujeito e objeto, através da sua experiência ou visão de mundo. Esta compreensão envolve categorias das diferentes formas de apreensão dos valores e atitudes dos sujeitos atribuídos e vividos no seu espaço, uma vez que o lugar só tem sentido quando este possui um espírito, uma personalidade e o reflexo de toda esta personalidade.

Logo, este trabalho se organizou com base na percepção dos valores e atitudes sobre o seu espaço vivido e sua comunidade, pois, segundo (Bomfim, 2009: 40-41), “o espaço vivido exprime a relação existencial (subjetiva) do indivíduo, de suas práticas de suas representações e de seus imaginários ambientais, onde os laços afetivos são tecidos progressivamente entre os homens e os lugares”.

Métodos e Técnicas de Investigação

Amostragem e Instrumentos de Coleta de Dados

Este estudo insere-se numa linha de pesquisa centrada no conteúdo com uma metodologia de tradição hermenêutica/interpretativa (Karsent - Savoie-Zajc, 2000; Alves-Mazotti, 2001; Demo, 1995). Para o entendimento de como os pescadores, cabaneiros e feirantes percebem

a Baía de Camamu e sua Comunidade, antes e depois da inserção da Atividade Turística, coletam-se os dados primários através de entrevistas semi-estruturadas não dirigidas (Marconi; Lakatos, 2004). Como critérios básicos para seleção dos participantes adotaram-se, aqueles sujeitos que lidavam diretamente com atividade turística nas suas atividades laborais, durante os últimos 30 anos. Esse período eu engloba a crise do cacau e a inserção da atividade turística. Esses atores sociais são considerados como informantes em potencial, uma vez que este procedimento permite ao pesquisador selecionar pessoas da comunidade a ser investigada que sejam fontes de informações que concernem às questões e aos objetivos de pesquisa. Para complementação dos dados, recorre-se aos dados secundários advindo da pesquisa documental e bibliográfica.

Análise e Interpretação dos Dados

Os dados foram tabulados e analisados pela técnica da análise do conteúdo do discurso (Bardin (2002). Assim, o pesquisador reconstrói a realidade de acordo com o que lhe é passado e conhecido, permitindo-o assim discernir os significados dos depoimentos (Bleicher, 1992) e (Ricoeur, 1990).

Os resultados da pesquisa foram comparados com as proposições teórico-conceituais, cuja discussão permitiu traçar as estratégias que possam contribuir para um melhor desenvolvimento da atividade turística na Baía de Camamu.

Resultados e Discussão

No decorrer das pesquisas para este artigo, observou-se que os resultados apontaram para duas imagens bastante significativas. A primeira, que antecede a atividade turística e, a segunda após a mesma. Essas imagens serviram para criação de um modelo estratégico eu pudessem alavancar o turismo para o desenvolvimento regional local, baseado no planejamento participativo.

Segundo, maioria dos pescadores, cabaneiros e feirantes, até os últimos vinte anos do século passado, o espaço da Baía de Camamu era caracterizado pela atividade econômica ligada a exploração do cacau, seguido da produção do pescado que era comercializado no mercado interno. Além dessa caracterização, eles a relembram como um espaço paço de lazer exclusivamente dos moradores locais. Por essas razões, infere-se que essa comunidade se definia pelo aporte econômico advindo do cacau, incidindo diretamente no fortalecimento do comércio local, refletindo, por sua vez, na sua prosperidade. Resumindo, depreende-se um grupo social amalgamado pelo aspecto da solidariedade, sem grandes conflitos econômicos, sociais e existenciais.

Nós vivíamos antes da atividade turística, eu considero de modo melhor, como meus pais falavam, porque em 1980 eu era adolescente devia ter mais de 10 anos, mas, verificava que tínhamos mais fartura na mesa, e na roça do meu pai, até os trabalhadores viviam melhor (Feirante 1).

Nós vivíamos, em termos gerais dos recursos do cacau, pois quando o cacau se encontrava na safra e com preços bons o comércio sempre estava bem, embora a gente não trabalhasse diretamente com o cacau, mas todos ganhavam algum dinheiro em suas atividades quando o cacau tinha preço (Cabaneiro 3).

Eu nasci aqui e sempre vivi da atividade cacauzeira, desde a época do meu avô. Eram tempos bons na condição econômica, antes de 1980, pois quem trabalhava no cacau tinha uma boa condição de vida. [...] Os colegas viviam do mesmo jeito que eu, alguns, mas os outros que não tinham cacau trabalhava no comércio que era melhor que hoje, pescava ou era trabalhador do serviço público. A vantagem era que sempre rolava dinheiro e a gente não passava necessidade com a família (Pescador 1).

Com relação à caracterização da Baía de Camamu, após a inserção da atividade do turismo, esses atores sociais afirmam que, atualmente, a região se apresenta bem mais populosa que antes, e eles admitem que a atividade turística foi responsável, uma vez que novos empreendimentos imobiliários foram implantados, aumentando assim a oferta de empregos, tanto fixos quanto temporários. Por outro lado, eles definem esse espaço como aquele da produção turística, pela presença da população residente como da visitante.

[...] depois da queda do cacau, no início dos anos 90, começou a chegar muito estrangeiro aqui na Baía, e aí começou a diminuir as coisas, coisas do mar e também coisas da terra, tem havido nos fins de semana, dia de feira mais lixo na cidade e na orla (Cabaneiro 2).

[...] tem vindo muita gente no meu restaurante e muita gente na cidade, tenho notado um crescimento no vai e vem do povo, uma massa muito grande de gente, aqui em Camamu, como também em Igrapiúna e em Ituberá não tem muita acomodação, apesar das construções nas ilhas, tem escassez de comida do mar e a cidade tem ficado mais suja, eu acho que tem épocas que dobra a quantidade de pessoas (Cabaneiro 3).

[...] o turismo melhorou a Baía de Camamu em al-

guns aspectos, trouxe oferta de empregos, o gás natural que tem em grande quantidade na Baía e é dividido em maior parte para Camamu e Maraú, ficando um pouco do lucro para Igrapiúna e Ituberá e temos a Michelin da Bahia que traz emprego para o povo (Feirante 2).

Eles são mister em apontar alguns impactos na dimensão ambiental, mas que não estão associados diretamente à atividade turística, na medida em que todos afirmam que houve depreciação dos manguezais e das matas, bem como escassez do pescado a exemplo dos peixes, mariscos e crustáceos.

O meu lugar foi tomado por estrangeiros, uma boa parte de antigos colegas foram morar em outros lugares e venderam as casas para pessoas de fora, até nas festas só tem gente de fora, não tem muito espaço para o nativo, nossos barcos no fim do ano, na festa da virada são alugados quase todos por gente de fora. (Pescador 2).

Essa análise permite inferir que um conjunto de fatores contribuiu para a depreciação ambiental: a pesca com rede de malhas pequenas, a utilização de bombas para a pesca de peixes, configurando a ocorrência comum da pesca predatória e a exploração dos minérios existentes na Baía. Vale ressaltar que as empresas que exploram minerais na Baía, já atuam há muito tempo e propiciam, em contrapartida para a comunidade, algumas ações como: promoção de cursos (carcinocultura, artesanato, etc.), manutenção de escolas e preservação de áreas verdes.

Por outro lado, verifica-se que todos os participantes do estudo abordaram a questão da escassez dos frutos do mar, em função da depreciação ambiental e citam que os locais mais degradados são aqueles que recebem maior número de visitantes na alta estação, tornando-se por esta razão foco de desgaste natural originado pela ocorrência de edificações urbanas, uma vez que para este locais afluem em grande número, tanto turistas quanto pessoas de outras localidades que passam a fixar residência para explorar a atividade turística ou para ser apenas residente.

Quem vem de fora não tem amor pela nossa natureza, veja Barra Grande, só tem construção, o manguezal tem bem pouco, as madeiras de lei que era muita fartura, os estaleiros de Cajaíba comeram, hoje buscam madeira até do Pará, por que as madeiras daqui, já era. (Cabaneiro 2).

Não temos mais mariscos, até o camarão defumado que já não é tão bom, tem vindo de Ilhéus, peixes bonitos e grandes, não têm mais, não se encontra mais um mero de 200 quilos há muito tempo, ou seja, as coisas pioraram neste aspecto para nós, mas também para o turista que não encontra comida farta. (Feirante 2).

Neste sentido inferiu-se que ocorre um desconforto para o habitante local que vê seu espaço tomado, seus hábitos modificados, porque passa a disputar serviços que contemplavam um determinado número de pessoas, e que na maioria das vezes não são otimizados em função das necessidades criadas pela exploração do turismo.

Outra situação recorrente refere-se ao deslocamento da população residente, que opta por se desfazer de propriedades costeiras, em função dos preços alterados pela exploração da atividade turística, passando a morar em áreas cada vez mais distantes. Ou mesmo, até saindo do lugar e se estabelecendo em outras regiões, por sentir que o seu lugar não é mais o mesmo.

Os resultados apontam que o lugar turístico é também um lugar de vivência, onde os laços topofílicos são reforçados a partir da experiência dos sujeitos com o seu espaço de vida. Isto significa, segundo Tuan, (1998) que essas afirmações são derivadas da realidade que circunda os pescadores, cabaneiros e feirantes, onde sua percepção é um produto das alterações no ambiente. Essas alterações lhes inspiram respeito ou prometem sustento e satisfação dos seus objetivos, lembrando que a afetividade com o espaço vivido é u resultado das relações e das experiências que afetam não só o espaço geográfico, mas também a vida dos sujeitos.

Logo, fazendo uma relação entre espaço natural e espaço vivido e apropriado pela atividade turística, acreditamos que a depreciação ambiental falada por eles, tem sua raiz na intensa movimentação de pessoas, principalmente na alta estação, devido aos diversos atrativos naturais e culturais, contribuindo assim em vários impactos econômicos, ambientais, sociais e culturais (Castro, 2002). Assim, muitas vezes a comunidade residente é excluída e assiste a transformação do seu espaço de vida, com uma participação ativa de outros eu ali não construíram uma relação de afetividade, constituindo-se numa territorialização.

Com relação à apropriação do território [Baía de Camamu] em espaço turístico, Certeau (1994) afirma que o espaço controlado perde seu conteúdo, na medida em que cria um voyeur, ou seja, o turista como um mero espectador. Em resumo, o turismo na visão de (Ferrara, 2002: 21) “faz do espaço um objeto quando o enfrenta na

visibilidade comercial do pacote, dos roteiros, das passagens, bilhetes e roteiros”.

Para os atores sociais integrantes desta pesquisa, a Baía de Camamu, é apresentada como seu lugar, cujo conceito prevê experiência, sentimentos, valores e significações que no entender de (Merleau-Ponty,1999), a ação de escutar e promover a valorização desta percepção dota de compreensão os gestos, as preferências, as singularidades e as relações que aí são travadas. E com relação às atividades desenvolvidas pelos habitantes locais no entorno da Baía, com relação à utilização dos seus recursos, tem o seu entendimento se encontra atrelado à constatação de que estas atividades são decorrentes de suas necessidades básicas, como pescar peixes e mariscos, coletar cocos e mangas, explorar piaçava, dendê, que, no entanto, não incidem na depreciação ambiental.

Assim, nesse contexto evidencia-se a relação dos impactos socioculturais com a questão da identidade cultural local, percebendo-se como as transformações na localidade vêm deslocando as referências identitárias, acentuando que estas têm passado por transformações que vêm esvaziando os aspectos tradicionais e incorporando elementos contemporâneos (Hall, 2001). Argumentando sobre deslocamentos nas identidades culturais, esse autor aborda a questão na medida em que as culturas tornam-se mais expostas a influências externas através de infiltração cultural que ocorre nas diversas comunidades, afirmando ser difícil conservar a identidade cultural intacta, exemplificando.

Neste caso, buscamos a idéia de (Canclini, 2006), sobre o processo de hibridação cultural, quando ocorre a perda de elementos característicos de uma identidade, ao tempo em que outros elementos são absorvidos nas relações sociais desenvolvidas entre integrantes de comunidade emissoras e receptoras. Observando-se que a função da cultura seria de controlar e ordenar comportamentos, (Geertz, 1989) explica que a cultura não podendo ser interpretada como complexo de padrões concretos de comportamentos, há que se pensar em relações sociais que se organizam com imbricamento de usos, costumes, regras, planos e instruções que são vividos e absorvidos no cotidiano das sociedades.

Esta relação tem provocado, também, uma acentuada exclusão social da população, bem como afluência de outros modos de vida, reforçada por outras atividades ocupacionais, como também desemprego, uma vez que existem serviços que demandam uma mão de obra qualificada. Logo, segundo os estudos de (Becker 1998) e (Coriolano,2006) quando tratam do turismo nas áreas costeiras, afirmam que essas agrupam atrativos típicos de lugares turísticos litorâneos em função das potencia-

lidades naturais. Nessa afirmação insere-se a Baía de Camamu, que teve o turismo como atividade econômica que veio depois da cacauicultura, trazendo impactos mais negativos que positivos, como: aumento do contingente populacional na Baía e nos municípios do seu entorno, grande número de construções de pousadas, hotéis e casas de habitação no veraneio, desmatamento, encarecimento dos preços tanto de alimentos quanto de terras e casas, que levam a uma reflexão sobre o planejamento sustentável no turismo.

Na avaliação deste quadro de carências e alterações, percebe-se que se projeta um processo de ressignificação nos vários aspectos da vida da comunidade da Baía de Camamu, levantando-se, para o seu entendimento, várias questões que devem ser trabalhadas na interface do turismo, uma vez que para (Yázigi, 1998) a falta de planejamento na exploração da atividade turística amplia a ocorrência de impactos negativos que poderiam ser minimizados com a adoção de políticas adequadas pelas entidades oficiais e privadas, ajustando, portanto questões socioculturais e ambientais.

Considerando que no âmbito do turismo a natureza tem o significado de capital, cuja reserva de valores (água, metais, biodiversidade) é utilizada tanto através de tecnologias avançadas, tanto pela venda da própria natureza como mercadoria da atividade turística, principalmente nas zonas costeiras, o valor destas áreas é visto através da articulação terra-mar, pelos recursos bióticos e pela rica biodiversidade. Verificando-se a necessidade de se pensar em políticas de planejamento para evitar que a atividade do turismo continue se desenvolvendo de forma desordenada.

Atentando-se para o fato de que é de fundamental importância que a política governamental esteja vinculada à gestão da atividade do turismo, contando com a participação de representações locais e regionais, como de iniciativa privada e da sociedade civil acentua-se a necessidade da utilização do planejamento estratégico que, apoiando-se na participação social, venha elaborar políticas que contemplem equidade e sustentabilidade, modelo este que possibilita superar ao longo do tempo problemas como a exclusão social e a pobreza nas áreas periféricas.

Para (Dias, 2003), a elaboração de políticas de planejamento deve levar em consideração que as necessidades dos segmentos atrelados à atividade do turismo devem ser priorizadas, uma vez que todos eles devem se encontrar integrados para a socialização dos resultados cujos efeitos implicam em consequências tanto para o meio ambiente quanto para as comunidades diretamente envolvidas no processo de articulação da atividade do turismo.

Portanto, entendendo que os lugares turísticos são apropriados de forma estratégica a partir da lógica do capital, com uma função mercadológica, passam a ser um lugar do espetáculo para os visitantes e o lugar das resistências para os integrantes da comunidade, pois a seleção dos lugares e pessoas desencadeia uma série de tensões, cuja teia está imbricada nas dimensões ambientais, econômicas, sociais e culturais.

Considerações finais

Entende-se que as ciências sociais auxiliam no desvelamento do caminho epistemológico do turismo seja como fenômeno social, seja como atividade turística. Vários autores tem contribuído de forma tangencial ou direta, na compreensão da complexidade do turismo: um fenômeno marcadamente multissetorial em sua produção e interdisciplinar. No campo da Psicologia Social, utilizando-se das Representações sociais, elas como um produto social são orientadoras de condutas que vão de um “continuum” que se estende do vivido cognitivo individual até os sistemas sociais, culturais e ideológicos.

Baseando-se nas questões de alteridade, de relações de gênero, de minorias étnicas excluídas, dos impactos socioculturais, entendemos a necessidade de um planejamento do turismo como forma de tomada de decisão. Aqui, ele deve significar idéias racionais e organizadas, tendo como substrato o conhecimento produzido a partir da visão de mundo dos sujeitos envolvidos na atividade turística exercida nos lugares de memória e consumo. Entretanto, planejar nos remete a idéia de (re) organização de um sistema que implica numa certa sustentabilidade que envolva a integração das atividades humanas, das práticas e relações sociais no ambiente, respeitando suas potencialidades e limites.

Considerando a Baía de Camamu, no que se refere a essa integração, verifica-se que a percepção dos sujeitos envolvidos evidencia suas atividades econômicas, suas práticas, suas relações sociais, apontando as potencialidades naturais e culturais e seus limites. Essas dimensões da produção do lugar turístico são traduzidas particularmente pelos recursos, empregos, meio ambiente, enfim sua vivência.

Após avaliação dos resultados da pesquisa realizada, considera-se adequado informar aos representantes do poder público da Zona Turística da Costa do Dendê sobre as sugestões e recomendações decorrentes da percepção dos atores sociais desta pesquisa. Assim, é possível que seus gestores verifiquem a necessidade de adoção de critérios de um planejamento participativo capaz de direcionar ações para certa sustentabilidade da atividade turística, prevendo mecanismos que resultem em

impactos positivos para a comunidade local.

Partindo-se do princípio de que a possibilidade de inexistirem impactos no modelo relacional turista e ambiente é nula, há que se construírem formas de minimizar os impactos negativos, através de projetos que contemplem sustentabilidade dos recursos naturais. A adoção de planejamento para a atividade turística deve ter aplicabilidade como processo racional e participativo, no sentido de se evitar medidas que não correspondam às exigências das realidades locais, objetivando a integração dos vários interesses que permeiam a atividade do turismo, uma vez que existem novas formas de organização do turismo que são adaptadas aos interesses dessas comunidades, com negócios turísticos voltados à geração de trabalho com melhor distribuição dos resultados do trabalho social, fazendo valer os valores comunitários.

Frente à disputa do residente com o turista, especialmente, na alta estação, se faz necessária ampliação de atendimentos na área da saúde, saneamento básico, existência de salva vidas, sinalização na área costeira e nos acessos a vários espaços, regularização do abastecimento de água, organização do sistema de energia elétrica e segurança.

Logo, que sejam firmadas parcerias com empresas públicas e privadas para a exploração da atividade turística, desde quando sejam apresentados de projetos e programas que prevejam ações para a preservação dos recursos naturais e das tradições culturais.

Nessa perspectiva as parcerias podem alavancar um turismo que atenda de maneira mais significativa a relação entre turista e comunidade local. Para tal, após a análise dos resultados desta pesquisa, indica-se particularmente para Baía de Camamu, algumas estratégias:

- 1) criação de cooperativas a fim de ampliar atividades artesanais, visto que a flora oferece espécimes de palmeiras nativas e em abundância, que poderão oferecer matéria prima, como também o aproveitamento dos frutos produzidos na região para transformação em polpa, geléias e doces.
- 2) capacitação de mão de obra local, através de parceria público/privado, via convênios que possam ser desenvolvidos entre as prefeituras e BAHIATURSA, Secretaria de Turismo do Estado da Bahia, Ministério do Turismo do Brasil, SENAC, SEBRAE e a UESC;
- 3) Uso da legislação municipal para proteger o patrimônio cultural (histórico e natural);
- 4) Criação de um Conselho Municipal de Turismo e Meio Ambiente;
- 5) Manutenção da cultura local, através de programas de educação patrimonial, que permita o resgate das tradições e valores culturais;

- 6) Elaboração de calendário cultural oficial dos municípios.

Sob este ângulo o planejamento participativo para buscar um turismo de base local, pode recuperar o poder da sociedade, levando o cidadão a participar dessas estratégias de ação para a organização sustentável da atividade turística, preservando a identidade ambiental e sociocultural da comunidade local, posto que, o turismo sustentável envolve compreensão dos impactos, geração de empregos locais, melhoria da vida das comunidades envolvidas, desde que os métodos da gestão estratégica se aproximem de processos de sustentabilidade social, econômico, ambiental e cultural.

Bibliografia

- Alves-Mazzotti, A. J.; Gewandszjder, F.
2001 O método nas ciências naturais e sociais: pesquisa quantitativa e pesquisa qualitativa. 2. ed. São Paulo: Pioneira.
- Barreto, M.
2003. O imprescindível aporte das Ciências Sociais para o planejamento e Compreensão do Turismo. Horizontes Antropológicos. Porto Alegre, ano 9, n. 20, p.15-29, Outubro.
- Becker, K. B.
1998 Políticas e planejamento do turismo no Brasil. In: YÁZIGI, E. (Org.). Turismo, espaço, paisagem e cultura 3 ed. São Paulo: Hucitec.
- Bleicher, J.
1992. Hermenêutica contemporânea. Lisboa: Edições 70, Publicado originalmente como: Contemporary hermeneutics as the methods philosophy and critiques. Routege e Kegan Paul. London.
- Bomfim, N. R.
2000 Noção social do território: Em busca de um conceito didático em Geografia..A territorialidade. Ilhéus: Editus.
- Bomfim, N. R.
2006, Uma perspectiva educacional da relação entre cultura e ambiente. In: 2006 Encontro de geografia da unicsul, PP.18-26 2ed. São Paulo. Anais... São Paulo: UNICSUL.
- BRANDÃO, M. A.
1998 Recôncavo da Bahia – Sociedade e economia em transição. Salvador: Fundação Casa de Jorge Amado.
- Canclini, G. N.
2006. Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. Tradução Ana R. Lessa & Heloísa P. Cintrão. 3 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.

- Castro, C. A. P.
2002 Sociologia aplicada ao turismo. São Paulo: Atlas.
- Certeau, M.
1994 Artes de fazer: a invenção do cotidiano. 16 ed. Tradução de Ephraim F. Alves. Petrópolis: Editora Vozes.
- Coriolano, L. N. M. T.; Silva, S. C. B. M.; Conceição, H. R. da.
2006 Turismo e geografia: abordagens críticas. Fortaleza: Editora UECE.
- Demo, P.
1995 Metodologia científica em Ciências Sociais. São Paulo: Atlas.
- Dencker, A. de F.
2004 Métodos e técnicas da pesquisa em turismo. São Paulo: Futura.
- Dias, R.
2003 Turismo sustentável e meio ambiente. São Paulo: Atlas.
- Dias, R.
2003. Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas.
- Ferrara, L. D'A.
2002 O turismo dos deslocamentos virtuais. In: YÁZIGI, E. (Org.). Turismo, espaço, paisagem e cultura. São Paulo: Hucitec.
- Filho F. D. A.
2000 .Impactos ambientais e gestão ambiental: comentários para debate. Ciência Geográfica, v.1,n15 (pp.11-24) Bauru.
- Gastal S.; Gomes, M. S.
2005. O Jornal da Globo e as Representações Sociais do Turismo. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação, XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. UERJ, 5 a 9 de setembro de 2005.
- Geertz, C.
1989 .A interpretação das culturas. Tradução de Lucarini J. 3ed. Rio de Janeiro: Ed. Guanabara.
- Hall, S.
2001 .A identidade cultural na pós modernidade. Tradução de Thomaz T. Silva & Guacira L. Louro.3 ed. Rio de Janeiro: DF&A.
- Husserl, E.
1986. A idéia da fenomenologia. Tradução de Artur Mourão. Lisboa: Edições 70.
- Lakatos, E. M.; Marconi, M. A.
2002. Técnicas de pesquisa. Planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, análise e interpretação de dados. 5. ed. São Paulo: Atlas.
- Laraia, R. de B.
2004. Cultura: um conceito antropológico. Rio de Janeiro. Zahar Ed. 17 ed.
- Merleau-Ponty. M.
1999. Fenomenologia da percepção. São Paulo: Martins Fontes.
- Moesch, M.
2000. A produção do saber turístico. p.9 2ed.São Paulo. Contexto.
- Organização Mundial Do Turismo.
2003. Turismo internacional: uma perspectiva global. Tradução de Roberto Cataldo Costa. 2. ed. Porto Alegre: Bookmann.
- Organização Mundial Do Turismo.
1993 .Desenvolvimento do turismo sustentável: manual para organizadores locais. Madrid: OMT.
- Organização Mundial Do Turismo.
1998 .Introducción al turismo. Madrid: OMT.
- Ricoeur, P.
1990.Interpretações e ideologias.Tradução Hilton Japiassu. 2ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves.
- Santos, M.
1996 A natureza do espaço: técnica e tempo; razão e emoção. São Paulo: Hucitec, p.43.
- Santos, M.
1986 .Por uma nova geografia. São Paulo: Hucitec.
- Savoie-Zajc L.; Karsent, T.
2001 .Introduction à la recherche en education. Quebec -. 2ed.Editions du CRP.
- Thompson, E. P.
1998 Costumes em comum: estudo sobre a cultura popular tradicional. Tradução de Rosaura Eichenberg 7.ed. São Paulo: Companhia das Letras.
- Trigo, L. G. G.
2000 Turismo e qualidade: tendências contemporâneas. Campinas:Ed. Papirus.
- Tuan, Y-Fu.
1979 Topofilia: um estudo de percepção, atitudes e valores do meio ambiente.Trad. Lívia de Oliveira.5ed. São Paulo.Difel.
- Yázigi, E.
1998 Vandalismo, paisagem e turismo no Brasil. In: YÁZIGI, E. (Org.).Turismo, espaço, paisagem e cultura 3 ed. São Paulo: Hucitec.

Recibido: 19/08/10
Reenviado: 08/04/11
Aceptado: 22/06/11
Sometido a evaluación por pares anónimos



REVISTA DA MICRO E PEQUENA EMPRESA



Journal of Micro and Small Business

A Revista da Micro e Pequena Empresa – RMPE é uma publicação eletrônica quadrimestral, classificada pelo sistema QUALIS nas categorias ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E TURISMO, ENGENHARIA III e INTERDISCIPLINAR que publica produtos de trabalho científico nos idiomas português, espanhol ou inglês. Sua finalidade é disseminar pesquisas relativas ao contexto das micro e pequenas empresas, abrangendo um amplo espectro de domínios de conhecimento, perspectivas e questões relacionadas ao universo empresarial. Seu público-alvo é a comunidade acadêmica e empresarial da área de Administração e Gestão de Negócios. Está indexada no DIALNET, no Sumários de Revistas Brasileiras, no ULRICH, no DOAJ, no REDALYC e no LATINDEX.

A RMPE está aberta para a submissão de trabalhos científicos para a próxima edição. Orientações sobre a [submissão on line](#), as [diretrizes para autores](#), o [termo de cessão de direitos autorais](#), bem como a [política de privacidade](#) da publicação estão disponíveis em nossa seção [SOBRE A RMPE](#).

The Journal of Micro and Small Business - RMPE is an quarterly electronic publishing, classified by the Qualis system in the areas of MANAGEMENT, ACCOUNTING and TOURISM, ENGINEERING III and INTERDISCIPLINARY publishing products of scientific reaserch in Portuguese, Spanish or English. The purpose is to disseminate research related to the context of micro and small business, covering a wide spectrum of fields of knowledge, perspectives and issues related to the business world. The target audience is the academic community and business area of Administration and Business Management. RMPE is indexed on DIALNET, in Magazines Brazilian Briefs, in ULRICH, in DOAJ, in REDALYC, and in LATINDEX.

RMPE is open for submission of scientific papers for the next edition. Guidelines for [online submissions](#), [guidelines for authors](#), the [term of copyright assignment](#), as well as the [privacy policy](#) of the publication are available in our section [ABOUT RMPE](#)

<http://www.faccamp.br/ojs/index.php/RMPE/index>

editor.rmpe@faccamp.br

Los vestigios prehispánicos del ex Bosque de Manzanilla en Puebla, México. De yacimiento arqueológico a producto turístico ¹

Raúl Valdez Muñoz ⁱ

Universidad de las Américas Puebla (México)

Resumo: Las ruinas pre-hispánicas del ex-bosque de Manzanilla, al noreste de la ciudad de Puebla, en México, constituyen un importante legado patrimonial que ha sido totalmente devorado por el crecimiento urbano y relegado al olvido y abandono. El propósito de este trabajo es el de hacer un llamado al rescate y rehabilitación del sitio a través de su puesta en valor turístico como una vía adecuada para protegerlo y preservarlo. Se utilizaron entrevistas con expertos, observaciones *in situ* y análisis documentales para estudiar este caso y sugerir acciones de intervención para lograr la recuperación y restauración física de estos vestigios pre-hispánicos, así como para su puesta en valor turístico e incorporación a los atractivos histórico-culturales de la ciudad de Puebla.

Palabras clave: Ruinas arqueológicas; Valor histórico; Sitio patrimonial; Puesta en valor turístico.

Title: The Pre-Hispanic Vestiges in the Former Forest of Manzanilla in Puebla, Mexico. From Archeological Site to Tourist Product

Abstract: The pre-Hispanic ruins located in the former forest of Manzanilla, at the north-east of Puebla, in Mexico, constitutes an important heritage site that has been absorbed by the urban growth, forgotten and abandoned. The purpose of this work is to call for rescue, preservation and rehabilitation of this unique site in order to convert it into a new tourist attraction. The present case study was carried out using such methodological tools as documentary analysis, interviews with experts and observations *in situ*. The analysis of the results has allowed us to conclude that total recovery and preservation are possible by means of a number of suggested actions aiming the incorporation of this pre-Hispanic site into the existing tourist offer of the city of Puebla.

Keywords: Archeological ruins; Historic value; Heritage site.

ⁱ Ph.D. Departamento de Administración de la Hospitalidad. Escuela de Negocios y Economía. Universidad de las Américas Puebla. E-mail: raul.valdez@udlap.mx

Introducción

México posee un gran patrimonio cultural a lo largo y ancho de su territorio. En el Estado de Puebla, ubicado en el centro-sur del país, los vestigios arqueológicos del ex-bosque de Manzanilla testifican la presencia de las antiguas culturas que se establecieron en el valle de Poblano-Tlaxcalteca muchos años antes de la conquista española.

En la zona noreste de la ciudad de Puebla, en el lugar antiguamente llamado “Bosque de Manzanilla” se encuentra un yacimiento arqueológico que, según los arqueólogos parece estar vinculado a la misma cultura que construyó Teotihuacan durante el horizonte preclásico (2500 A.C. a 200 D.C.). Se trata de un conjunto arquitectónico integrado originalmente por 14 o 16 pirámides, varios juegos de pelota y otros edificios civiles y religiosos (Paterson, 1978 citado en Palacios, 2004:184).

Actualmente, solamente uno de los juegos de pelota puede apreciarse visualmente, pero existen edificios, tumbas, y otros objetos de cerámica que permanecen aún bajo la superficie del terreno, integrando un importante conjunto monumental hasta ahora olvidado y muy probablemente condenado a desaparecer para siempre (Tscholl y Níquel, 1972, citados en Palacios, 2004:58).

En otras épocas, Manzanilla fue un bello lugar boscoso surcado por arroyos con colinas y acantilados sembrados de pinos y oyameles (variedad de conífera de madera resinosa) que lo hacían propicio para ser habitable (Escalante y García, 2004). Sin embargo, al pasar de los años, la falta de planeación urbana y, sobre todo, de interés por parte de los gobiernos federales, estatales y municipales para preservar las condiciones naturales del lugar, fueron la causa de su deplorable situación actual, a la cual, deben añadirse también los efectos nocivos de la edificación de alojamientos populares en las proximidades del sitio y de sus consecuentes repercusiones sociales y económicas. Por ello, es factible prever la pérdida total del yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla si las condiciones actuales de abandono en las que se encuentra continúan prevaleciendo.

En consecuencia, esta investigación desemboca en una propuesta de actividades a realizar para que esta zona, de gran valía histórica y arqueológica, adquiera el valor turístico en que es capaz de convertirse y, por lo tanto, constituirse como elemento promotor adicional de turismo cultural para la ciudad de Puebla. En el contexto del proyecto se contempla involucrar a la población que reside en las cercanías de este lugar para que pueda participar en el cuidado y la conservación de la zona arqueológica del ex-bosque de Manzanilla, convirtiendo a ésta última en una fuente importante de derra-

ma económica para su población circundante. (Gagnon y Gagnon, 2007; Fernández, J., 2008; Gómez, Bárcenas y Amador, 2008).

Asimismo, este trabajo también pretende constituirse en una llamada urgente dirigida a los organismos públicos y privados encargados de la gestión del patrimonio cultural y del turismo en México y, particularmente, en el Estado de Puebla con el fin de que se avoquen a salvaguardar el yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla mediante su puesta en valor turístico y pueda ser incorporado a la oferta de atractivos culturales de la ciudad de Puebla.

Patrimonio cultural y turismo

Según la UNESCO (2000) el patrimonio cultural de un pueblo se integra por la producción de sus artistas, arquitectos, músicos y escritores; por las creaciones anónimas inspiradas por el alma popular y por el conjunto de valores que dan sentido a su vida. Así, el patrimonio cultural de un lugar, de una región, o de un país se conforma por todos los elementos, los objetos y las manifestaciones culturales tangibles e intangibles producidos por el devenir histórico de las sociedades a quienes les confieren una identidad propia.

El patrimonio cultural puede ser utilizado como un recurso privilegiado para desarrollar un destino turístico (García y Dela Calle, 2010). Sin embargo, para que los recursos patrimoniales se conviertan en verdaderos destinos turísticos es imprescindible valorarlos y transformarlos en productos de ocio capaces de generar riqueza y empleo.

El dinamismo del desarrollo del turismo en el mundo produce turistas cada vez más exigentes, pero a la vez, más sensibilizados hacia la protección del medio ambiente (Breton, J, 2007). En efecto, el turista contemporáneo busca nuevos productos que ofrezcan algo diferente a los atractivos turísticos tradicionales (Reisinger, 2009; Pereiro, 2009), caracterizados por el consumo masivo y la uniformidad de la oferta de ocio y diversión (Ballart y Tresserras, 2003; Correa, 2010). En este contexto, el turismo cultural puede constituirse en un medio eficaz para contrarrestar la monotonía y estacionalidad de la demanda turística al ofrecer posibilidades de desarrollo de nuevos destinos complementarios a los destinos tradicionales.

No obstante, es importante subrayar que cualquier estrategia de desarrollo local y regional que se sustente sobre proyectos integrales de crecimiento sostenible a partir de la utilización del patrimonio cultural y natural debe garantizar la preservación de culturas, monumentos y entornos. Adicionalmente, las estrategias de de-

sarrollo turístico deben propiciar el desencadenamiento de efectos multiplicadores que incidan positivamente sobre el desarrollo del sector terciario en las regiones o localidades donde sean puestas en operación.

También es necesario tener presente que la creación de toda oferta turística basada en recursos patrimoniales requiere no solo del conocimiento de los recursos que la sustentan, sino también, de la identificación de los intereses y motivaciones del mercado y de la población residente en los lugares visitados (García y Dela Calle, 2010).

Patrimonio cultural y turismo son dos conceptos estrechamente vinculados. El turismo, en tanto que actividad humana que busca el escape de la rutina cotidiana, ofrece al ser humano un medio privilegiado para vivir experiencias cognoscitivas, emocionales o simplemente recreativas que difieren de sus actividades ordinarias (Delisle y Jolin, 2008; Reisinger, 2009). Por ello, en su dimensión cultural, el turismo ofrece al viajero una excelente manera de ponerse en contacto con las manifestaciones históricas, artísticas y sociales de culturas distantes o desconocidas (Correa, 2010). En contraparte, para los residentes de los lugares visitados, los turistas no solamente significan la presencia de individuos diferentes, sino también la posibilidad de aproximarse a valores, comportamientos y culturas con las cuales no tendrían la oportunidad de establecer contacto sin salir de su entorno natural (Delisle y Jolin, 2008).

En su dimensión económica, el turismo representa un importante factor de cambio productivo y social. En efecto, el turismo bien planeado y controlado se convierte en una importante fuente de ingresos económicos para las comunidades residentes cuando estas participan de manera activa en los procesos de producción de bienes y servicios destinados al consumo de los turistas. En contraste, cuando el fenómeno turístico surge de manera desordenada, puede llegar a convertirse en un factor de deterioro económico, social y cultural.

En resumen, puede decirse que el turismo eficazmente planeado y operado puede llegar a constituirse en una verdadera industria cultural, sin que esto signifique que su función primordial sea únicamente económica. En este sentido, el turismo no debe considerarse como un mecanismo para resolver de manera contundente los problemas del subdesarrollo económico, pero, asimismo, tampoco debe ser considerado como un agente destructivo del equilibrio social y de la identidad cultural de los destinos visitados.

Los yacimientos arqueológicos como bienes patrimoniales

Para el ser humano, la fascinación que produce el pasado perdido es un elemento que debe ser considera-

do en cualquier proyecto de gestión de recursos patrimoniales. Las manifestaciones materiales de una civilización total o parcialmente desaparecida significan mucho más que un conjunto de vestigios o ruinas con mayor o menor valor estético y/o científico (Correa, 2010). Desde esta perspectiva, si bien los vestigios arqueológicos no son precisamente bellos en el sentido puro de la estética, su encanto radica en los sentimientos de curiosidad y nostalgia que suscitan en quienes los contemplan al imaginar en ellos la sombra de algo mayor, mas impresionante y mas rico, que testimonian -aun de manera parcial- la existencia de una sociedad llena de misterios y secretos (Pérez-Juez, 2006).

En tanto que recursos patrimoniales, los yacimientos arqueológicos son bienes que deben ser objeto de una gestión apropiada para incorporarlos al acervo cultural tangible de las localidades, regiones y países que los poseen. En este caso, por gestión debe entenderse al conjunto de acciones que van desde la elaboración de un plan para su rescate físico y restauración hasta su puesta en valor tanto para fines culturales como para su posible uso turístico (García y Dela Calle, 2010).

Desde un punto de vista técnico el patrimonio arqueológico puede definirse como “aquella parte del patrimonio histórico susceptible de ser estudiado con metodología arqueológica” (Pérez-Juez, 2006, p.33). Inexplicablemente, durante mucho tiempo no existió una definición universalmente aceptada sobre el significado del patrimonio arqueológico aunque la UNESCO hizo referencia a él en su Recomendación sobre los Principios Internacionales Aplicables a las Excavaciones Arqueológicas publicada en Nueva Delhi en 1956. Posteriormente, fueron surgiendo algunos convenios de carácter internacional que se refieren a los vestigios arqueológicos como elementos integrantes del patrimonio histórico o cultural (La Haya, 1956, Nairobi, 1976). Finalmente el International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) en su asamblea general de 1990, promulgó la Carta para la Protección y Gestión del Patrimonio Arqueológico previamente redactada por el International Committee on Archeological Heritage Management (ICAHM) donde se define al patrimonio arqueológico como “la parte de nuestro patrimonio material para la cual los métodos de la arqueología nos proporcionan la información básica” permitiendo su presentación al gran público como un medio esencial para dar a conocer los orígenes y desarrollo de las sociedades modernas.

Este mismo documento continúa estableciendo que el patrimonio arqueológico engloba todas las “huellas de la existencia del hombre” y se refiere a los lugares “donde se ha practicado cualquier tipo de actividad hu-

mana, a las estructuras y los vestigios abandonados de cualquier índole, tanto en la superficie como enterrados, o bajo las aguas, así como al material relacionado con los mismos” (Pérez-Juez, 2006, p. 36). Afortunadamente, a raíz de esta declaratoria, los gobiernos centrales y locales de diversos países se han ido apegando a las normativas surgidas posteriormente para proteger y salvaguardar los vestigios arqueológicos patrimoniales que poseen con fines de utilización museística y/o turística (Correa, A. 2010).

Dentro del amplio espectro que abarca el turismo cultural, el turismo que visita yacimientos arqueológicos se encuentra entre los segmentos de mercado más antiguos y tradicionales. Basta recordar que el turismo moderno tiene como antecedente fundamental la visita a las ruinas romanas de Pompeya y Herculano en el centro-sur de Italia. Actualmente, a pesar del indudable auge del que sigue gozando el turismo recreativo de sol y playa, el volumen de turistas motivados por la visita a sitios históricos -entre los que figuran los yacimientos arqueológicos- sigue en aumento (Fernández y Ramos, 2010) y constituye un importante factor de derrama económica para muchos países, entre los cuales, México ocupa un lugar importante.

En el contexto del turismo cultural que visita México, se puede considerar al turismo que visita yacimientos arqueológicos como un factor de oportunidad en dos áreas esenciales: La primera, se refiere al turismo como elemento motivador de acciones de rescate y conservación de vestigios arqueológicos pertenecientes a las culturas prehispánicas establecidas en diferentes regiones del país, en tanto que la segunda, identifica al turismo como factor detonador de desarrollo económico y social para las comunidades establecidas en el entorno inmediato de los yacimientos arqueológicos mediante acciones para su puesta en valor turístico incorporándolos a la oferta de atractivos culturales de las localidades en que se encuentran emplazados.

Los yacimientos arqueológicos como atractivos turísticos

La consideración de los yacimientos arqueológicos como atractivos turísticos remonta a la práctica del Grand Tour de mediados del siglo XVIII. Si bien es cierto que el Grand Tour no puede ser considerado estrictamente como un viaje turístico en el sentido moderno de este término, si es posible decir que representa el antecedente más cercano del viaje que se realiza para visitar de manera intencional y consciente los lugares donde persisten vestigios de épocas pasadas como un intento por acercarse, conocer y comprender las cultu-

ras que los erigieron. Así, con el paso del tiempo, el deseo por contemplar los yacimientos arqueológicos que existen alrededor del mundo se ha convertido en uno de los motivos fundamentales de los viajes culturales del presente (Pérez-Juez, 2006; Moir, 2010).

Sin embargo, la creciente popularidad de los viajes culturales para visitar yacimientos arqueológicos entraña un peligro latente. Los flujos excesivos de visitantes y las actividades que se derivan de su visita turística producen per se daños materiales a las estructuras arquitectónicas y a los ambientes naturales y sociales donde los yacimientos arqueológicos se hallan situados. Es por esta razón que la declaración internacional para la gestión del patrimonio arqueológico establece que la conservación in situ de los edificios históricos es uno de los objetivos fundamentales de la conservación del patrimonio arqueológico. En consecuencia, uno de los retos más importantes que enfrenta el turismo cultural es el de favorecer la afluencia de turistas a lugares patrimoniales en proporciones y frecuencias calculadas de tal manera que puedan producir ingresos económicos significativos para los lugares visitados (Fernández y García, 2010) y, al mismo tiempo, se minimicen sus efectos nocivos (Delisle y Jolin, 2008). En este contexto, la puesta en valor turístico de los sitios patrimoniales debe armonizar la explotación de su potencial turístico con la preservación de su integridad física y cultural, permitiendo el propósito de volverlos accesibles al público como un medio de recreación y de educación para los visitantes (ICOMOS, 1990; Delisle y Jolin, 2008, Moir, 2010).

La problemática del yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla

Aspecto histórico

La zona arqueológica del ex-bosque de Manzanilla se sitúa a 5 Km del centro histórico de la ciudad de Puebla en dirección noreste, en el valle central de México, sobre la carretera que conduce a los poblados de La Resurrección y de San Miguel Canoa. Geográficamente, esta zona forma parte de las laderas del volcán Matlalcueytl conocido popularmente como “La Malinche”.

La denominación antigua de este sitio es desconocida pero, en el presente, se sabe que las ruinas de esta zona arqueológica pertenecen a una antigua propiedad privada conocida como la Ex-Hacienda de Manzanilla. El primer establecimiento humano en el yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla parece haberse producido hacia el segundo siglo de la Era Cristiana. Se cree que este emplazamiento tuvo una extensión territorial cercana a los 2 kilómetros cuadrados. Actualmente, pueden observarse sus vestigios en forma de montículos

agrupados en dos sectores que parecen corresponder a dos tiempos históricos diferentes: los horizontes Preclásico Superior (600 A.C. a 200 D.C.) y Clásico Tardío (600 a 900 D.C.) (INAH, 1985, citado en Palacios, 2004:179).

La civilización que floreció en el ex-bosque de Manzanilla tiene características similares a las de la cultura Teotihuacana, sin embargo, también se distinguen en estos vestigios ciertas influencias de otras culturas que florecieron en las zonas cercanas a las actuales poblaciones de Teotitlán del Camino, Chila y Tehuacán.

La civilización que se asentó en el ex-bosque de Manzanilla ocupó una loma donde se distinguen basamentos de edificios, plataformas y habitaciones muy cercanas entre sí. Se ha llegado a considerar que esta población dependía económicamente de otro asentamiento poblacional situado en la cima del cerro cercano conocido como Cerro de Amalucan. Una de las posibles causas de la decadencia de esta civilización (en su primera fase) podría atribuirse al esplendor de Cholula (10 km hacia el occidente de la ciudad de Puebla) como el más importante centro regional de poder económico, social y religioso (Reliford, 1983).

Durante el tercer siglo de la Era Cristiana, la civilización del ex-bosque de Manzanilla conoció un segundo período de esplendor. Se cree que a este periodo pertenecen los vestigios de siete pirámides y de un juego de pelota de grandes dimensiones (15 metros de anchura por 65 metros de longitud) considerado entre los más antiguos de Mesoamérica. Sin embargo, hacia finales del tercer siglo de nuestra era el lugar fue abandonado definitivamente por sus habitantes permaneciendo en el olvido durante todo el período de la dominación española en México.

Fue hasta los años sesenta del siglo pasado que tuvieron lugar las primeras exploraciones realizadas en este sitio por los arqueólogos J. L. Lorenzo en 1962 y 1963; V Contreras en 1965; N. González en 1966, 1972, 1973 y 1974 y, posteriormente por T. Reliford en 1983, cuyos trabajos revelaron la importancia histórica y cultural del yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla a quien T. Reliford denominó con el nombre de "Los Teteles" (Palacios, 2004:181).

Según Reliford (1983), el estudio del yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla –también denominado "Los Teteteles"– adquiere una relevancia particular porque sus características arquitectónicas presentan grandes similitudes con las de la cultura Teotihuacana pero también con otros pueblos asentados en el Valle de Oaxaca como los Mixtecas, los Zapotecas, los Mazatecas y los Cuicatecas. Finalmente, se cree que el abandono de este emplazamiento pudo haber sido una de las consecuencias del ocaso de la cultura Teotihuaca-

na y de las invasiones sufridas por las civilizaciones que habitaban en Cacaxtla y en Cholula (Paterson, 1978; Moreno, 1982, citados en Palacios, 2004).

El yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla ha permanecido prácticamente olvidado a lo largo de los siglos desde su abandono hacia el periodo clásico tardío (600 a 900 D.C.). Desde principios del siglo XX y hasta mediados de la década de los años 80 el ex-bosque de Manzanilla fue un lugar frecuentado por los habitantes de la ciudad de Puebla como lugar de paseos campestres. Desgraciadamente, en 1982, al pretextar la extinción de una plaga forestal, los trabajos de fumigación destruyeron prácticamente toda la zona arbolada del sitio, lo cual, contribuyó grandemente al deterioro de sus vestigios arquitectónicos.

El aspecto arquitectónico

Desde el punto de vista de su contenido monumental, el yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla se encuentra dividido en tres zonas principales: el Cerro de Manzanilla (período preclásico), el Parque de Manzanilla (período clásico) y la Hacienda de San Diego Manzanilla (período clásico tardío y posclásico).

En la zona denominada Cerro de Manzanilla se encuentran tres agrupamientos de vestigios arqueológicos, de los cuales, destacan tres pirámides construidas en el periodo pre-clásico (2500 A.C. a 200 D.C.). Hasta el año de 1964 estas pirámides se encontraban en buenas condiciones arquitectónicas. Posteriormente, estas edificaciones han sufrido deterioros notables causados fundamentalmente por la acción humana. Una de las pirámides se erige sobre la cima del cerro. Las otras dos pirámides contienen terrazas aun revestidas de piedra.

En la zona denominada Hacienda de San Diego Manzanilla se encuentran los vestigios de 15 o 16 pirámides prácticamente destruidas que, además, han sufrido saqueos sucesivos en diferentes épocas. Existen también



Figura 1. Pirámide cubierta en el Cerro de Manzanilla. Fuente: Palacios (2004, p. 195).

los vestigios de un juego de pelota. Estas edificaciones pertenecen a los periodos clásico (200 a 900 D.C.) y post-clásico (900 a 1500 D.C.). En la época posterior al virreinato, se erigió en este lugar la hacienda dedicada a la explotación agrícola (que aportó la denominación actual del sitio) cuyo funcionamiento afectó en gran medida el estado físico de los vestigios que integran este yacimiento.

Finalmente, la zona denominada Parque de Manzanilla existe un juego de pelota en excelentes condiciones que fue construido en el periodo clásico (200 a 900 D.C.). Este juego de pelota fue intervenido para su reconstrucción en 1965 por lo que actualmente es el edificio mejor conservado de todo el yacimiento.



Figura 2. Juego de pelota en la zona Parque de Manzanilla. Fuente: Palacios (2004, p. 200)



Figura 3. Juego de pelota en la zona Parque de Manzanilla. Fuente: Palacios (2004, p. 198)



Figura 4. Cerámica de manzanilla. Fuente: Tomado de Reliford (1983, p.212)

Además, en esta zona existen los vestigios de seis pirámides, de las cuales, dos fueron destruidas al construir un camino de acceso hacia la antigua hacienda antes mencionada. En el sitio fueron encontradas diversas piezas de cerámica con características similares a las de la cultura Teotihuacana del periodo pre-clásico.

El aspecto social

Después de su abandono por la cultura que lo erigió, el yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla ha vivido siglos de olvido durante el periodo Virreinal y gran parte de la etapa del México independiente. En épocas posteriores, los usos del suelo de esta zona han variado desde la explotación agrícola (mediados del siglo XIX a los primeros años del siglo XX), la recreación campestre y la realización de competencias de motocicleta (primeros años del siglo XX a la década de los años 70) hasta la edificación de las viviendas populares que pueden apreciarse en la actualidad.

En el presente, el hecho de que los vestigios arqueológicos del ex-bosque de Manzanilla se encuentren prácticamente rodeados por viviendas populares, le confiere un carácter muy especial. En efecto, a diferencia de otros yacimientos arqueológicos, generalmente ubicados en zonas despobladas o suficientemente alejadas de los núcleos de población, los vestigios prehispánicos del ex-bosque de Manzanilla enfrentan el inminente peligro de desaparecer al poder ser completamente absorbidos por la incesante urbanización de la zona en que se encuentran.

Las características económicas y culturales del tejido social en el que el yacimiento se halla prácticamente inmerso amenazan enormemente su subsistencia inmediata. Por razones tanto culturales como económicas, la población que reside en las colindancias del sitio no es capaz de apreciar en su exacta dimensión el valor histórico y patrimonial del sitio arqueológico y, por ende,

es capaz de destruirlo para destinar el área que ocupa a usos habitacionales o comerciales.

En este contexto, cabe señalar también la lamentable negligencia de las autoridades gubernamentales en lo relativo al cuidado y conservación del sitio. Tanto a nivel municipal, como estatal y federal, los organismos encargados de la preservación del patrimonio histórico y cultural de México han relegado al olvido a este importante yacimiento arqueológico. Asimismo, entre la ciudadanía no existe una verdadera conciencia del gran valor que este yacimiento arqueológico representa para Puebla y para México.

Por su parte, las universidades, las instituciones culturales, las asociaciones profesionales y otras organizaciones no gubernamentales tampoco han emprendido acciones tendientes a la salvaguarda del sitio. En consecuencia, puede concluirse que los vestigios arqueológicos del ex-bosque de Manzanilla no han sido valorados adecuadamente como una legítima riqueza patrimonial de la ciudad de Puebla y de México que debe ser protegida y conservada.

Metodología

Con el fin de definir la problemática a la que se enfrenta el yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla para propósitos de su recuperación y puesta en valor turístico, se efectuó una labor de investigación utilizando como métodos de estudio el análisis de contenido, la observación y la entrevista.

La metodología del análisis de contenido fue utilizada para definir las nociones conceptuales que sustentan la puesta en valor de los atractivos culturales. Para los fines específicos de este estudio se seleccionaron y analizaron artículos y documentos referentes al desarrollo turístico de los lugares patrimoniales. Se definieron seis conceptos centrales considerados como unidades de análisis en las que, a su vez, se distinguieron diez y seis distintas categorías conceptuales relacionadas con el desarrollo turístico de distintos tipos de atractivos culturales.

El método de la observación se empleó para determinar el estado físico actual del yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla. Como herramientas

| Unidades de análisis (Conceptos) | Nociones relativas a la puesta en valor turístico |
|--|--|
| Patrimonio cultural | <ul style="list-style-type: none"> • Cultural • Arqueológico |
| Patrimonio arqueológico | <ul style="list-style-type: none"> • Preservación |
| Puesta en valor del patrimonio cultural | <ul style="list-style-type: none"> • Aspectos metodológicos • Aspecto social |
| Desarrollo sostenible | <ul style="list-style-type: none"> • Económica • Social • Turística |
| Planeación de los productos turísticos | <ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura • Carga turística • Información turística • Promoción turística • Productos artesanales • Sensibilización turística |
| Comercialización de sitios patrimoniales | <ul style="list-style-type: none"> • Aspecto social • Aspecto económico |

Tabla 1 Unidades de análisis y conceptos relacionados con la puesta en valor turístico de los sitios patrimoniales. Tomado de Palacios (2004, p.75.)

de ayuda a la recolección de datos se utilizaron cámaras fotográficas y de video. Se practicó una observación sistemática del lugar con el fin de obtener su delimitación territorial y la identificación de sus vestigios más representativos y visibles sobre la superficie de la zona arqueológica delimitada.

Por último, se entrevistó a cinco expertos sobre aspectos relativos al desarrollo turístico de lugares patrimoniales. Los expertos entrevistados fueron: un historiador y consejero de turismo del gobierno municipal de la ciudad Puebla, dos profesores investigadores de la Universidad de las Américas Puebla (un arqueólogo y una profesora de turismo), un funcionario de la Oficina de Turismo de la ciudad de Puebla, y un arqueólogo del Instituto Nacional de Antropología e Historia de México (INAH).

Las entrevistas se efectuaron utilizando como guía un cuestionario estructurado compuesto por cinco preguntas abiertas cuyo objetivo fue el de determinar si el yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla podría aún ser rescatado para fines de preservación patrimonial y puesta en valor turístico.

Resultados

El análisis de contenido

Los resultados del análisis documental revelan la existencia de una opinión generalizada sobre dos aspectos principales relativos al desarrollo de los atractivos turísticos patrimoniales: El primer aspecto se refiere a los tratamientos especializados que son requeridos para que los vestigios patrimoniales puedan ser rescatados considerando su fragilidad física y su antigüedad. El segundo aspecto se refiere a la responsabilidad para identificar, rescatar y preservar los lugares, edificios, monumentos o yacimientos arqueológicos para fines turísticos, lo cual, implica la participación conjunta de la sociedad, del gobierno y de los organismos encargados de la conservación de los valores históricos, arqueológicos y artísticos.

Además de estos dos aspectos de consenso, los resultados del análisis documental también revelaron otros aspectos cruciales para el desarrollo turístico de los atractivos patrimoniales. Entre los principales, se pueden enumerar los siguientes:

a) La participación comunitaria es esencial para la conservación del patrimonio (Correa, 2010, Fernández, 2008; Gómez, Bárcenas y Amador, 2008; Gagnon y Gagnon, 2007; Delisle y Jolin, 2008; ICOMOS, 1990; Messan, 1996; Fujita, 2000; UNAM, 1999; ONU, 2002; UNESCO, 2000; Llanos y Forero, 2004; Ramos, 2000; UNESCO, 2000a; UNESCO, 2001, UNESCO,

2001a)

- b) La puesta en valor turístico de los sitios puede convertirse en una herramienta muy poderosa para la obtención de beneficios económicos para sus poblaciones residentes (Gagnon y Gagnon, 2007; Moreno, 2000; Ratto, 2002; XVII Congreso Interamericano de Turismo, 1997; CONAC, 2000; Fernández, y Guzmán, 2001; INAH, 2000; Rodríguez, 1995)
- c) La puesta en valor turístico puede también poner en riesgo los recursos patrimoniales (Delisle y Jolin, 2008) si no es realizada por expertos en la materia (Correa, 2010; Breton, 2007; Martín, 2001; UNAM, 1999; Messan, 1996; Malo, 2000; Sancho, 1995; Santelices y Rivas, 1999)
- d) La mejor manera de obtener beneficios económicos y sociales duraderos es la de hacer participar a la población residente en la producción de artículos y servicios turísticos ofrecidos a los turistas (Correa, 2010; Fernández, 2008; Gagnon y Gagnon, 2007; OMT, 1999; Gómez, 2003; Martín, 2001; Reyes, 2000; Rivas, 2001)
- e) El desarrollo sostenible significa, por sí mismo, la regulación de la carga turística, así como el diseño y la construcción de infraestructuras capaces de evitar la utilización incontrolada del agua, la energía y la producción excesiva de residuos (Delisle y Jolin, 2008; XVII Congreso Interamericano de Turismo, 1997; Ruiz et al. 2002; MONDIACULT, 2002; ICOMOS, 1999; Gómez, 2003; Mattson et Villanazo, 2001; Molinari, 2004)

La observación

Por el método de la observación fue posible identificar tres zonas principales donde se ubican los vestigios que integran el yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla. Estos sectores se denominan: Cerro de Manzanilla, Parque de Manzanilla y Hacienda San Diego Manzanilla.

En la zona llamada Cerro de Manzanilla se pueden distinguir tres grupos de pirámides que se conservaron en condiciones arquitectónicas relativamente buenas hasta 1964. Desafortunadamente, desde ese año, la realización de carreras de motocicletas deterioró considerablemente estos vestigios.

Desde los inicios del siglo XX, los habitantes de la ciudad de Puebla utilizaron la zona conocida como Parque o Bosque de Manzanilla como lugar de recreación familiar y paseos campestres de fin de semana. Esta zona posee un juego de pelota en muy buen estado de conservación, así como los vestigios de dos pirámides que fueron parcialmente destruidas a consecuencia de la construcción de un camino pavimentado que permite

el acceso al lugar.

En la zona conocida como Hacienda San Diego Manzanilla se encuentran la mayoría de los vestigios arquitectónicos del lugar; sin embargo, por los efectos del tiempo y del olvido, estos vestigios se han ido deteriorando paulatinamente. Por lo tanto se puede decir que con excepción del juego de pelota (en la zona del Parque de Manzanilla) casi la totalidad de los vestigios prehispánicos del lugar se encuentran en el abandono y en un estado desastroso de conservación.

Además, es importante mencionar que en el presente, el lugar prácticamente está rodeado por casas habitación de tipo popular, las cuales, han sido financiadas por programas de vivienda social del gobierno y este hecho ha contribuido enormemente al deterioro del sitio.



Figura 5. Viviendas populares rodeando al sitio. Fuente: Palacios (2004, p.196)

Entrevistas

La interpretación de la información procedente de las entrevistas con los expertos permitió clasificar las opiniones de éstos de la siguiente forma:

- La destrucción del lugar parece presentar un problema de carácter irreversible (M. Salazar, arqueólogo).
- El gobierno y la sociedad son responsables solidarios de la pérdida de este importante sitio histórico, lo que constituye una verdadera catástrofe arqueológica (M. Salazar, arqueólogo).
- El rescate arqueológico del ex-bosque de Manzanilla es una tarea muy difícil de realizar porque implica problemas de expropiación de propiedades privadas y de afectación de los intereses de las personas que viven en los alrededores del lugar (O. López, funcionario de la Oficina de Turismo de Puebla).
- Es posible aún salvar el sitio pero, para ello, el requi-

sito indispensable es la expropiación de la totalidad de los terrenos que ocupa actualmente, de lo contrario, se corre el riesgo de que se pierda definitivamente en un futuro inmediato (M. Salomón, profesora de arqueología).

- Para salvar el sitio arqueológico, así como para su posible puesta en valor turístico, es indispensable que el INAH (Instituto Nacional de Antropología e Historia) declare oficialmente a las ruinas del ex-bosque de Manzanilla como un lugar de gran valor histórico y cultural (P. Domínguez profesora de turismo en la UDLA).
- Es aún posible salvar el juego de pelota que se puede observar en la zona conocida como Parque de Manzanilla, pero es necesario aislar y proteger el lugar antes que nada. Es el INAH quien debe asumir la responsabilidad del rescate arquitectónico y cultural del sitio (A. Allende, arqueólogo).

Recomendaciones generales para el rescate y puesta en valor turístico de los vestigios prehispánicos del ex-bosque de Manzanilla

El rescate y la puesta en valor turístico de los vestigios prehispánicos del ex-bosque de Manzanilla requiere necesariamente del apoyo de los gobiernos federal, estatal y municipal de Puebla, de la intervención del Instituto Nacional de Antropología e Historia y de organizaciones privadas y públicas encargadas de la salvaguarda del patrimonio tangible e intangible de México así como de la colaboración de la comunidad residente en el sitio.

Las acciones encaminadas hacia esta salvaguarda y puesta en valor se inscriben en 4 áreas fundamentales: el aspecto físico-ambiental, el aspecto financiero, el aspecto turístico-operativo y la sostenibilidad del proyecto.

El aspecto físico-ambiental

Para el establecimiento de las condiciones físicas y ambientales necesarias para el desarrollo turístico del ex-bosque de Manzanilla se requiere, en primer término, del reconocimiento sobre el valor histórico y patrimonial de este yacimiento arqueológico a través de una declaratoria oficial emitida por el INAH (Instituto Nacional de Antropología e Historia) y reconocida por el gobierno del Estado de Puebla. Así, con base en este reconocimiento oficial se podrá definir una estrategia de intervención encaminada hacia:

- La delimitación del área de estudio.
- La asignación de un presupuesto especial para realizar los trabajos requeridos.

- c) La protección de los vestigios arqueológicos por medio de mecanismos que controlen el acceso al sitio.
- d) La asignación de elementos de seguridad pública para la protección del sitio arqueológico de manera constante.

Debido a la fragilidad de los restos arquitectónicos del sitio, los arqueólogos deberán diseñar las estrategias de intervención para la conservación y rehabilitación del yacimiento, así como para su eventual puesta en valor turístico.

El aspecto financiero

El rescate, conservación y puesta en valor turístico de las ruinas arqueológicas del ex-bosque de Manzanilla deben propiciar que se convierta en un elemento generador beneficios económicos, sociales y culturales que conlleven desarrollo sostenible de esta zona. Para obtener los fondos necesarios se sugieren las acciones siguientes:

- a) Inclusión de una partida financiera especial en los presupuestos de los gobiernos municipal, estatal y federal destinada a sufragar los gastos relativos a la puesta en valor turístico y promoción del sitio.
- b) El cobro de una tarifa de visita a este sitio zona arqueológico.
- c) La venta de mapas, libros, revistas, folletos, que contengan información y literatura sobre este bien cultural.
- d) La integración de la visita al sitio dentro de los recorridos turísticos por la ciudad de Puebla. Los guías especializados podrían ser reclutados y capacitados de entre la población residente.
- e) La venta de objetos artesanales representativos de la región y de la cultura que se manifestó en las ruinas arqueológicas del ex-bosque Manzanilla. Los negocios para esta venta podrían ser operados por la población residente.

La elaboración y venta de artesanías en la zona arqueológica del ex-bosque de Manzanilla podría inspirarse en modelos auténticos y representativos de la cultura teotihuacana y de las culturas provenientes de Oaxaca, que influyeron y se establecieron en este sitio.

El aspecto turístico-operativo

Para convertir al yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla en un atractivo accesible se requiere de su puesta en valor turístico mediante las siguientes acciones estratégicas:

- a) Creación de infraestructura de apoyo: caminos, estacionamientos, terminales de transporte, servicios de vialidad, servicio de vigilancia, etc.
- b) Equipamiento del sitio: creación de áreas de recep-

ción de turistas, áreas de descanso, itinerario de recorrido, señalización, paneles explicativos, fotografías, exhibición de maquetas, presentaciones orales, sesiones informativas, restaurante, instalaciones sanitarias, establecimientos para la venta de artículos promocionales, museo del sitio, etc.

- c) Ofrecimiento de servicios complementarios: centro de interpretación, servicio de guías, folletería y todo tipo de información relacionada con el sitio.

Sostenibilidad del proyecto.

En el terreno puramente ambiental, la puesta en valor turístico del yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla requiere de un programa de reforestación basado en la siembra de vegetación nativa para salvaguardar las estructuras arquitectónicas existentes, logrando con ello una ambientación más cercana a sus condiciones originales. Asimismo, la siembra de árboles y plantas contribuiría a volver más placentero el recorrido de los visitantes y a resaltar la belleza paisajística del sitio.

En cuanto a su dimensión sostenible, el proyecto debe considerar:

- a) La adecuada divulgación y apreciación de este sitio patrimonial con miras hacia su preservación para el disfrute de las generaciones presentes y futuras.
- b) La distribución equitativa de los beneficios económicos derivados de la puesta en valor turístico del sitio entre la población residente y las organizaciones participantes.
- c) El uso racional de los recursos naturales y la preservación y conservación de los recursos culturales.
- d) La prevención y control del flujo turístico con el fin de no dañar las estructuras arquitectónicas del sitio.
- e) La protección de los vestigios existentes frente a los peligros que entraña la construcción de la infraestructura necesaria para su puesta en valor turístico.
- f) El aseguramiento de la supervivencia de las tradiciones y costumbres de la comunidad anfitriona.

Conclusiones

El yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla representa un importante patrimonio histórico para México y especialmente para la ciudad de Puebla, al estar situado dentro de su zona urbana, lo que facilitaría su visita turística y podría permitir y asegurar su preservación y mantenimiento. A pesar de su importancia histórica y cultural, el yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla permanece aún abandonado debido a la negligencia de los gobiernos y de la sociedad y, por consiguiente, en un alto riesgo de desaparecer

para siempre.

No obstante, los resultados de este trabajo conducen a concluir que el rescate arquitectónico y la puesta en valor turístico del yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla son temas controvertidos tanto en medios académicos como gubernamentales. Las labores de investigación arqueológica realizadas en los últimos años, la observación del estado físico de los vestigios y la opinión de algunos expertos parecen sugerir que el lugar debe darse por perdido. A esta conclusión parecen conducir también el gran reto de reconstruir los restos de las estructuras arquitectónicas que aún subsisten, la dificultad de solucionar con prontitud y eficacia los problemas derivados de las acciones de expropiación de los terrenos ocupados por las ruinas, así como las probables reacciones negativas de la población que rodea el lugar.

Afortunadamente, hay también expertos que opinan positivamente. Para ellos, el sitio aun puede rescatarse aunque la recuperación sea solamente parcial. Estos expertos opinan que las acciones de restauración y protección del lugar deben ser, en primer lugar, la responsabilidad de los gobiernos federal y del estado de Puebla y que, una vez que el INAH realice la declaratoria del yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla como valor patrimonial de México, se deben también asignar los fondos monetarios y los recursos tecnológicos y humanos necesarios para emprender los trabajos de rescate, restauración y conservación que sean pertinentes.

Finalmente, en lo referente a la puesta en valor turístico del lugar, la opinión generalizada de los expertos establece que este proceso depende enteramente del éxito obtenido en los trabajos de restauración física de las ruinas y en las condiciones necesarias para su conservación futura. En consecuencia, a partir del hecho de que el lugar puede ser rescatado (aún si esto fuera en forma parcial) se hace un llamado urgente a las autoridades gubernamentales, a las organizaciones educativas, culturales y artísticas y a la sociedad mexicana en general, para que, haciendo conciencia del valor patrimonial e histórico que poseen los vestigios del yacimiento arqueológico del ex-bosque de Manzanilla, este importante sitio pueda ser definitivamente rescatado.

Bibliografía

- Ballart, J. y Tresserras, J.
2003. "El Patrimonio y el Turismo". En CONACULTA, Patrimonio Cultural y Turismo, Vol. 3 (pp. 185-212). México: CONACULTA.
- Breton, J.
2007 "Tourisme, culture et environnement. Une problématique identitaire?". En Gagnon Christiane y Gagnon Serge (Eds.), *L'écotourisme. Entre l'arbre et l'écorce* (pp. 43-70). Québec, Canada: Presses de l'Université du Québec.
- Consejo Nacional de Cultura, (CONAC)
2000 Significado de Puesta en Valor, recuperado el 10 de febrero de 2004 de <http://www.ipc.gov.ve/puesta-valor/valordescr.html>
- Correa, A.
2010 Ciudades, Turismo y Cultura. Nuevas perspectivas para el desarrollo equitativo de ciudades, Argentina: La Crujía Ediciones.
- Delisle, M. y Jolin L.
2008 *Un autre tourisme est-il possible?* Québec, Canada: Presses de l'Université du Québec.
- Escalante, P. y García, B.
2004 Nueva historia mínima de México. México: Secretaría de Educación Pública.
- Fernández G. y Ramos, A.
2010 "El patrimonio cultural como oferta complementaria al turismo de sol y playa. El caso del sudeste bonaerense. Argentina". *Pasos*, 8(1): 139-149.
- Fernández, G. y Guzmán, A.
2001 El patrimonio histórico cultural revalorizado en el marco de un desarrollo sostenible del turismo, recuperado el 15 de abril de 2004 de <http://www.naya.org.ar>
- Fernández, J.
2008 "El gran Caribe turístico: definiciones, impacto sociocultural, una iniciativa más". En Palafox Alejandro y Frausto Oscar (Eds.), *Turismo Desastres Naturales, Sociedad y Medio Ambiente* (pp. 199-203). México: Plaza y Valdés S.A. de C.V.
- Fujita, F.
2000 El Patrimonio Cultural, recuperado el 9 de abril de 2004 de <http://www.unitru.edu.pe/arq/fujita.html>
- Gagnon C y Gagnon S.
2007 "L'écotourisme; une innovation durable pour le développement viable des communautés locales?" En Gagnon Christiane y Gagnon Serge (Eds.), *L'écotourisme. Entre l'arbre et l'écorce* (pp. 3-10). Québec, Canada: Presses de l'Université du Québec.
- García, M. y De la Calle, M.
2010 "Uso y lectura turística de los grandes conjuntos arqueológicos. Reflexiones a partir del Estudio de Público de Medina Azahara/ Madinat al-Zahra (Córdoba)". *Pasos*, 8(4): 609-626.
- Gómez, A., Bárcenas, A, y Amador, L.
2008 "Turismo y actividades económicas sustentables. El caso de Cabo Pulmo, Baja California Sur". En Palafox Alejandro y Frausto Oscar (Eds.), *Turismo Desastres Naturales, Sociedad y Medio Ambiente* (pp.

- 291-308). México: Plaza y Valdés S.A. de C.V.
- Gómez, N.
2003 Desarrollo Turístico y Sustentabilidad. De la teoría a la práctica en la sustentabilidad y la participación comunitaria: una propuesta metodológica, México: Universidad de Guadalajara. <http://www.ilam.org/resultados/18.htm>
- ICOMOS.
1990 Gestión del patrimonio arqueológico, recuperado el 15 de marzo de 2004 de http://www.icomos.org/docs/archaeology_es.html
- ICOMOS.
1999 Carta internacional sobre el turismo cultural, recuperado el 9 de marzo de 2004 de http://international.icomos.org/tourism_sp.htm.
- INAH.
2000 Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural, recuperado el 25 de abril de 2004 de <http://www.inah.gob.mx/programa/htme/indice.html>
- Llanos, H. y Forero, E.
2004 Todo lo humano es cultura, recuperado el 18 de marzo de 2004 de http://colciencias.gov.co/seiaal/Foro/LLANOS_FORERO.htm
- Malo, C.
2000 Patrimonio cultural intangible y globalización, Conferencia de Turismo, Colombia, recuperado el 20 de mayo de 2004 de <http://www.anonimoslatinos.org/No1/patrimoe.htm>
- Martín, M.
2001 Patrimonio, turismo y desarrollo sostenible, recuperado el 3 de abril de 2004 de <http://www.arqa.com/informacion.cfm/n.2060.htm>
- Mattson, D. y Villanazo, R.
2001 Castillo de San Lorenzo Panamá Conceptos para la Interpretación y Planificación del Sitio: pasos para el plan maestro, recuperado el 25 de septiembre de 2003 de <http://www.sanlor.org.pa/docs/conceptos%para%20la20%interpretación%20del%20sitio.pdf>
- Messan, L.
1996 Proyecto de Reglamento para la Preservación del Patrimonio Cultural en Áreas Protegidas de la APN, recuperado el 13 de mayo de 2004 de <http://www.naya.org.ar/congreso/ponencia3-8.htm>
- Moir, J.
2010 "Seeing the Sites: Tourism as Perceptual Experience". En Burns Peter, Palmer Cathy y Lester Jo-Anne (Eds.), *Tourism and Visual Culture*. Vol. 1 Theories and Concepts (pp. 165-169). Oxfordshire, UK: CAB International.
- Molinari, R.
2004 Orientaciones para la gestión y supervivencia de los recursos culturales: Proyecto de reglamento para la preservación del patrimonio cultural en áreas protegidas de la APN, recuperado el 3 de abril de 2004 de <http://www.naya.org/congreso/ponencia3-8.htm>
- MONDIACULT.
2002 Conferencia Mundial sobre las políticas Culturales, recuperado el 10 de abril de 2004 de http://www.unesco.org/culture/development/html_sp/index_sp.shtml
- Moreno, M.
2000 Patrimonio Cultural Puesta en Valor y Uso, recuperado el 8 de febrero de 2004 de <http://www.ipc.gov.ve/puestavalor/valordescr.html>
- OMT.
1999 Código de Ética Mundial para el Turismo, recuperado el 20 de mayo de 2004 de <http://www.fiaseet.com/n0002.htm>
- ONU.
2002 La importancia del patrimonio cultural, recuperado el 15 de mayo de 2004 de <http://www.cinu.org.mx/eventos/cultura2002/importa.htm>
- Palacios, L.
2004 Propuesta de puesta en valor turístico para el sitio arqueológico del ex-bosque de Manzanilla. Tesis de licenciatura no publicada, Puebla, México: Universidad de las Américas Puebla.
- Pereiro, X.
2009 Turismo Cultural. Uma visão antropológica, No.2 Colección Pasos edita. Tenerife, España: Pasos Revista de turismo y Patrimonio Cultural.
- Pérez-Juez, A.
2006. Gestión del Patrimonio Arqueológico. Barcelona, España: Editorial Ariel, S.A.
- Ramos.
2000 Turismo Cultural, recuperado el 12 de abril de 2004 de <http://www.Tierramerica.net/2000/0820/lo-sabias.shtml>
- Ratto, N.
2002 Proyecto de Turismo Eco cultural para la Provincia de Catamarca, recuperado el 21 de abril de 2004 de http://www.naya.org.ar/turismo_cultural/congreso/ponencias/norma%20ratto.htm
- Reisinger, Y.
2009 International Tourism Cultures and Behavior. Burlington, MA, USA: Elsevier Inc.
- Reliford, T.
1983 Los Teteles an early to middle urban site in the valley of Puebla, Mexico. México: Universidad de las Américas, Puebla.
- Reyes, A.
2000 Infraestructura de Turismo, recuperado el 26 de abril de 2004 de <http://www.imcyc.com/revista/2000/>

- dic2000/infraestructura.htm
- Rivas, N.
2001 El Turismo como Instrumento de Sostenibilidad en el Gran Caribe, recuperado el 22 de mayo de 2004 de <http://www.cieca.org/documentos/turismo-comoinstrumento.htm>
- Rodríguez, X.
1995 Puesta en Valor Sociocultural del conjunto Arqueológico Natural de Santomé, recuperado el 9 de febrero de 2004 de <http://www.ipc.gov.ve/puestavalor/valordescrip.html>
- Ruíz, M., Sánchez, J. y López, O.
2002 La Investigación de Paisajes Culturales y su Valoración como Zonas Arqueológicas: La Zona Arqueológica de las Cavenes (El Cabaco, Salamanca), recuperado el 26 de abril de http://www.ucm.es/info/arqueoweb/numero3_1/dossier3_1E.htm
- Sancho, E.
1995 El Turismo como Elemento del Desarrollo Sostenible, recuperado el 5 de mayo de 2004 de http://www.elalmanaque.com/turismo/nota_prensa/nota3.htm
- Santelices, O. y Rivas, H.
1999 Planificación Integral en Áreas Rurales: un Desafío para la Competitividad de los Destinos de Ecoturismo, recuperado el 25 de abril de 2004 de <http://www.world-tourism.org/sustainable/IYE/quebec/cd/start.htm>
- UNAM.
1999 La Gestión del Patrimonio Cultural, recuperado el 26 de abril de 2004 de
- UNESCO.
2000 Conferencia de Venecia 2000, recuperado el 28 de abril de 2004 de http://www.unesco.org/culture/development/html_sp/index_sp.shtml
- UNESCO.
2000a El patrimonio cultural arqueológico, recuperado el 18 de abril de 2004 de <http://www.unesco.org/lima/patrim.htm>
- UNESCO.
2001 Patrimonio Inmaterial, recuperado el 8 de abril de 2004 de <http://www.unesco.org/culture/heritage/intangible/html>
- UNESCO.
2001a Patrimonio Cultural, recuperado el 26 de abril de 2004 de http://www.unesco.org/culture/tourism/html_sp/index_sp.shtml
- XVII Congreso Interamericano de Turismo.
1997 Sostenibilidad del Turismo Mediante la Gestión de sus Recursos Naturales y Culturales, recuperado el 18 de abril de 2004 de <http://www.oas.org/TOURISM/docnet/iatc3sp.htm>

Nota

- 1 Un resumen de este trabajo fue presentado en el XI Congreso Nacional y V Internacional de SECTUR/CESTUR y 3er Congreso Nacional de la AMIT, realizado en el Colegio de la Frontera Norte, Tijuana B.C. México, del 7 al 9 de octubre de 2009.

Recibido: 19/11/10
Reenviado: 03/03/11
Aceptado: 13/03/11
 Sometido a evaluación por pares anónimos



cultur

Revista de Cultura e Turismo

Áreas de interesse: Cultura e Turismo

Periodicidade: semestral

Missão: Fomentar a produção científica e a disseminação de conhecimento multidisciplinar relacionados com Cultura e Turismo, objetivando a troca de informações, a reflexão e o debate, provendo assim o desenvolvimento social.

Visão: Ser uma revista científica de prestígio nacional e internacional.

Valores: Ética, Excelência, Inovação e Desenvolvimento Social.

ISSN: 1982.5838

<http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo>

Contato

Prof. Dr. Marco Aurélio Ávila - marco@ativanet.com.br

Prof. Dr. Gustavo da Cruz - gusdacruz@hotmail.com

Prof. Dr. José Manoel Gonçalves Gândara - jmggandara@yahoo.com.br

Endereço: Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC

Campus Prof. Soane Nazaré de Andrade

Km 16 – Rodovia Ilhéus/Itabuna

45662-000 – Ilhéus/BA

E-mail: revistacet@hotmail.com

Fone: (73) 3680 – 5043

Patrimonio cultural y género como estrategia de desarrollo en Tepetlaoxtoc, Estado de México

Gema Lugo Espinosaⁱ **María del Pilar Alberti Manzanares**ⁱⁱ
Oscar Luis Figueroa Rodríguezⁱⁱⁱ **Daniel Talavera Magaña**^{iv}

Colegio de Postgraduados (México)

Juan Carlos Monterrubio Cordero^v

Universidad Autónoma del Estado de México (México)

Resumen: El patrimonio cultural conforma la identidad de un pueblo, es capaz de desencadenar progreso en las comunidades desde una perspectiva holística. El objetivo del artículo es mostrar la influencia de género en la conservación y aprovechamiento del patrimonio cultural, y destacar la importancia de integrar la participación social de mujeres y hombres de forma equitativa para fortalecer la cohesión social y detonar procesos de desarrollo. Tres enfoques son el sustento teórico metodológico: perspectiva de género, desarrollo territorial y etnografía, mediante información documental, entrevistas a profundidad y talleres participativos. Se concluye que el patrimonio cultural es elemento clave para el progreso de la comunidad, toda vez que se considere como estrategia de desarrollo.

Palabras clave: Patrimonio cultural; Perspectiva de género; Desarrollo territorial.

Title: Cultural heritage and gender as a development strategy.

Abstract: The cultural heritage shapes the identity of people, is capable of triggering progress in the communities from a holistic perspective. The purpose of this paper is to show the influence of gender in the conservation and utilization of cultural heritage and emphasize the importance of integrating social participation of women and men equally to strengthen social cohesion and detonate development processes. Three approaches are the theoretical methodological approach: gender mainstreaming, regional development and ethnography through documentary information, interviews and participatory workshops. We conclude that cultural heritage is key to the progress of the community, since it is considered as a development strategy.

Keywords: Cultural heritage; Gender perspective; Territorial development

i Desarrollo rural, género y mujer rural. Colegio de Postgraduados, México. E-mail: glugo@colpos.mx

ii Dra. Área género y mujer rural. Colegio de Postgraduados, México. E-mail: palberti@colpos.mx

iii Dr. Desarrollo rural. Colegio de Postgraduados, México. E-mail: figueroa@colpos.mx

iv Dr. Campus San Luis Potosí. Colegio de Postgraduados, México. E-mail: tdaniel@colpos.mx

v Dr. Área de investigación turística. Universidad Autónoma del Estado de México. E-mail: jcmonterrubio@yahoo.com.mx

Introducción

A El patrimonio representa una herencia invaluable que se transmite por generaciones, es la síntesis simbólica de los valores que identifican a una sociedad. Los autores y autoras Bonfil, 1995; Organización de las Naciones Unidas, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), 1996; Rubio, 1999; Domínguez y Bernard, 2002; Arizpe, 2004; Gómez, 2005 y Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CONACULTA), 2008; destacan a nivel nacional, la importancia del patrimonio cultural para un pueblo así como los beneficios sociales y económicos que puede representar si se aprovecha de forma planificada. A nivel internacional la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2009) señala que el patrimonio cultural estimula el orgullo nacional en la propia historia y estimula el respeto y la comprensión de otras culturas, y como consecuencia, promueve la paz y la comprensión a nivel internacional. En este tenor, surgen dos interrogantes, una particular y una general; la particular cuestiona ¿cómo participan mujeres y hombres en la conservación del patrimonio cultural de la comunidad de Tepetlaoxtoc de Hidalgo? y la general delibera ¿cuál es la importancia del patrimonio cultural para el desarrollo territorial con equidad de género en la comunidad de Tepetlaoxtoc de Hidalgo? Para responder a estas preguntas se plantean las hipótesis: 1) Al fomentar la participación de mujeres y hombres en la conservación del patrimonio cultural bajo el enfoque de género, se promueve la equidad en la comunidad y 2) El patrimonio cultural puede fortalecer la identidad social y cultural e impulsar la equidad de género en la comunidad Tepetlaoxtoc de Hidalgo. A medida que se forje mayor cohesión y pertenencia social, la comunidad preservará y fomentará su patrimonio cultural, y consecutivamente el fomento de tal patrimonio contribuirá a generar participación social y desarrollo territorial. El objetivo particular de este artículo es mostrar la influencia de género en la conservación y aprovechamiento del patrimonio cultural, y destacar la importancia de integrar la participación social de mujeres y hombres de forma equitativa para fortalecer la cohesión social y detonar procesos de desarrollo. El objetivo general de la investigación fue concretar la importancia del patrimonio cultural para el desarrollo territorial con equidad de género. Los principales enfoques teóricos metodológicos de la investigación fueron: perspectiva de género que contempla a las mujeres como actrices sociales y reivindica acciones a favor de la igualdad social, económica y política de las mujeres así como derechos y obligaciones en igualdad con los hombres; desarrollo territorial que permite apreciar la integración que se establece entre

actores sociales, dependencias gubernamentales, diversos elementos de un territorio, visualiza la creación de redes de apoyo a favor del desarrollo de los territorios, incluyendo la perspectiva de género y etnografía del patrimonio cultural donde se describen los recursos culturales existentes en un territorio y se muestra la importancia de conservar y aprovechar éstos a favor de las comunidades, ya que mantienen la identidad de una colectividad. Diversas estructuras culturales y sociales influyen en la dinámica de conservación y aprovechamiento del patrimonio cultural. Con esta investigación se brinda una aportación al conocimiento científico estableciendo la relación existente entre patrimonio cultural y género para impulsar desarrollo territorial en un territorio rural. En un análisis teórico, en este artículo se conjugan los conceptos de patrimonio cultural, desarrollo territorial y equidad de género, dicho análisis se presenta más adelante. Explicar procesos de desarrollo requiere analizar el contexto que influye en cada territorio donde se desean planear estrategias de progreso, toda vez que se identifican las oportunidades y problemáticas contenidas en dicho territorio, se pueden gestar acciones que contribuyan a potenciar las oportunidades y reducir las problemáticas.

En México el sector rural ha sufrido procesos de transformación desde el periodo de la postguerra (1945 a 1950) en adelante, algunos autores (Bartra, 2000; Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2003 y Montaña, 2003) preocupados por la temática del desarrollo rural describen y analizan los procesos que influyen en el progreso de las comunidades rurales. En los territorios rurales, el desarrollo se encuentra en el marco de una nueva lectura de la ruralidad, donde los actores y actrices sociales son visibles y se requiere impulsar el nivel de participación económica, social, cultural y política, mejorando consecuentemente el nivel de vida. En torno al nivel de vida de la sociedad, diversas autoras (Young, 1990; Moser, 1991; Nash y Marre, 2001 y Alberti, 2004) desde la perspectiva de género, permiten analizar procesos de desigualdad entre mujeres y hombres de las comunidades rurales.

El escenario de la investigación es la comunidad de Tepetlaoxtoc, ubicada en la región XI del Estado de México (la región comprende los municipios de Atenco, Tezoyuca, Chiconcuac, Chiautla, Papaplotla, Texcoco y Tepetlaoxtoc) cuenta con un patrimonio cultural invaluable; la comunidad fue elegida como escenario de investigación por sus cualidades culturales. No obstante, situaciones particulares obstaculizan la generación de beneficios con base en este conjunto de elementos culturales. La información municipal demuestra que no se han elaborado diagnósticos de oportunidades que per-

mitan desarrollar estrategias de desarrollo, tampoco se han abordado problemáticas sociales y de género. Como parte de la investigación se elaboró un diagnóstico que permitió conocer el entorno social y aspectos de género, información indispensable para determinar la conservación y aprovechamiento del patrimonio cultural que desempeñan las mujeres y los hombres de la comunidad. Debido a ciertas particularidades del escenario, el patrimonio cultural es preservado más no visto como un factor que podría impulsar el progreso. El documento se organiza de la siguiente manera: la primera sección refiere la introducción, la segunda sección presenta el sustento teórico de la investigación, la tercera sección contextualiza la comunidad de estudio, la cuarta sección presenta el sustento metodológico, en la quinta y sexta sección se desarrollan las problemáticas sociales, género y en torno al patrimonio cultural, en la séptima sección se analiza la participación de mujeres y hombres en la conservación del patrimonio cultural, en la octava sección se presenta una propuesta como estrategia de desarrollo, en las últimas secciones se presentan las conclusiones y bibliografía.

Marco teórico

Los conceptos teóricos que sustentan la investigación son patrimonio cultural, género y desarrollo territorial. Patrimonio Cultural.- entendido como el conjunto de simbolismos característicos de un pueblo, se presenta en diferentes formas. De acuerdo con Domínguez y Bernard (2002) el patrimonio además de ser aquellos bienes materiales que constituyen el pasado, también abarca aquellos elementos que integran el patrimonio vivo como las tradiciones, la gastronomía, los estilos de vida, la artesanía, artes, vestimenta folklórica, conocimientos, valores, costumbres y tradiciones propias de una cultura o sociedad. Ante tal argumento habría que destacar los simbolismos por los cuales una sociedad ejerce poder sobre los miembros de un territorio.

El Patrimonio se clasifica en: 1) Nacional que pertenece a la región dentro de la que se encuentra y 2) Mundial que tiene una aplicación universal y pertenece a todos los pueblos del mundo. Por otra parte, la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2002) sugiere que el Patrimonio, de acuerdo con sus características se divide en tres categorías: natural, histórico-monumental y cultural. (1) Natural consiste en el conjunto de elementos que constituyen el medio ambiente: suelo, aire, agua y fauna; (2) Histórico-Monumental se constituye por sitios, edificaciones, monumentos y ciudades, mobiliarios, pinturas y esculturas con características similares; (3) Cultural constituido por el conjunto de expresiones de la vida co-

lectiva que se manifiestan en costumbres y tradiciones: fiestas, ferias populares, riqueza étnica, vestuario, artesanías, comida típica, música popular y bailables. Los bienes culturales se clasifican en: muebles, que pueden ser obras de arte, libros, manuscritos u otros objetos de carácter artístico o arqueológico y, en particular, las colecciones científicas; e inmuebles, ya sean monumentos arquitectónicos, artísticos o históricos, lugares arqueológicos y edificios de interés histórico o artístico.

El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA, 2008) indica que el patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas (mujeres y hombres), arquitect@s, músic@s, escritor@s e intelectu@les, así como las obras anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo, lenguaje, ritos, creencias, lugares y monumentos históricos, literatura, obras de arte, archivos y bibliotecas. El patrimonio cultural puede ser material e inmaterial. Material se refiere a objetos, edificaciones o bienes que adquieren significado y relevancia a lo largo del tiempo, aquello que constituye una herencia física. En cambio, el patrimonio cultural inmaterial tiene inmersos los conjuntos lingüísticos, cognitivos, y valores normativos que componen contextos políticos y sociales los cuales a su vez influyen en la voluntad y la capacidad de generar cultura de cada ser humano, reúne las diferentes expresiones y manifestaciones de la vida de los pueblos. Para fines de investigación se tomó en cuenta el patrimonio cultural material e inmaterial. El patrimonio cultural es aprovechado para generar actividades recreativas y culturales, con ello se obtienen múltiples beneficios sociales, económicos y ambientales lo que contribuye al desarrollo. El patrimonio cultural adquiere vitalidad por medio de la sociedad que juega el papel protagónico en los significados que le brinda a sus recursos culturales.

Género.- En otra temática, la perspectiva de género es la construcción teórica y metodológica que analiza las construcciones sociales de la diferencia sexual, cuestiona las relaciones de poder y promueve un cambio hacia la equidad (Alberti, 2004). En México existen numerosos estudios que muestran la situación de las mujeres y hombres rurales desde la perspectiva de género. Entre estos estudios destacan diversas autoras (Velázquez, 1992; Zapata, 1994) quienes analizan las políticas agrícolas, educativas, de salud y políticas públicas de desarrollo rural. Otras investigaciones se centran en aspectos particulares de la problemática rural para las mujeres (Maier, 2000; Castillo, 2001 y Carmona, 2005).

Dentro de la perspectiva de género, los enfoques Mujeres en el Desarrollo (MED) y Género en el desarrollo

(GED) contribuyen a analizar la incorporación de programas dirigidos a las mujeres rurales. Moser (1991) señala que el término MED fue acuñado a comienzos de los años setenta por el comité de mujeres de la organización de la Sociedad para el Desarrollo internacional de Washington D. C. Bajo este enfoque se desarrollaron proyectos de generación de ingresos para las mujeres. Las autoras Zapata (1994) y Portocarrero (1999) analizaron este enfoque y exponen el contenido asistencial que considera a las mujeres como madres y esposas y el contenido eficientista que considera a las mujeres como una fuerza de trabajo en programas que promuevan actividades propias de su género. Inicialmente los programas se concentraron en el control de la fertilidad y posteriormente se enfocaron al bienestar de la familia por medio de las mujeres (Portocarrero, 1999). Posteriormente se formuló la postura de Género en el Desarrollo (GED), mediante este enfoque “se propuso su participación en sectores de subsistencia y en el informal de la economía; pero así mismo postuló la educación y capacitación para incrementar las posibilidades de empleo y representación política en el ámbito comunitario” (Zapata y López, 2005:16), las mujeres requieren mayor nivel de actuación y una mejor posición, al igual que sus condiciones, porque su propuesta se basa en la concientización; la eliminación de la dependencia, el reto y transformación de las estructuras sexistas de la sociedad. La perspectiva de género permite tener una visión holística entorno a la dinámica social y con ello la participación a favor del desarrollo. El enfoque GED considera que toda acción y programa debe cuestionar las relaciones desiguales de poder que se dan en el contexto y establecer estrategias para que mujeres y hombres puedan desarrollar sus capacidades en igualdad de condiciones. Algunos estudios sobre patrimonio cultural y género en la zona rural son los siguientes: Rivera (2006), acerca de la actividad artesanal, turismo rural y desarrollo sustentable en Santa Catarina del Monte, Texcoco (Estado de México); Martínez (2009), con la organización local, identidades y estrategias de reproducción en grupos campesinos en torno a su patrimonio cultural (Puebla); Díaz (2009) con patrimonio cultural y género en procesos de desarrollo (Michoacán); Vega (2009) acerca del papel de las mujeres alfareras conservadoras del patrimonio cultural (Estado de México). Esta perspectiva inmersa en el enfoque de desarrollo territorial contempla la búsqueda de alternativas hacia la equidad entre mujeres y hombres dentro de un territorio.

Desarrollo territorial.- En la temática del desarrollo, surgió un debate internacional donde algunos países entendían al desarrollo como el aumento de la producción

y con ello el crecimiento económico, sucesivamente surgió el concepto de desarrollo sustentable y su análisis (World Commission on Environment and Development, 1987; Meza 1993 y Elliot, 1994) donde se consideraban aspectos ambientales, sociales, económicos y culturales. Al visualizar las necesidades sociales, la atención se centró en las comunidades rurales. En los años cincuenta, la modernización fue modelo de la economía; se tenía una visión peyorativa de los campesinos y se dio una transición de campo a ciudad. A partir de los sesenta surgieron enfoques de transformación, transferencia de tecnología, mecanización y extensión agrícola, la agricultura fue vista como motor del crecimiento. En los setenta se redistribuyeron los recursos económicos del campo, se consideraron las necesidades básicas de la población. Para los años ochenta, las prioridades fueron liberalización de mercados y regulación de precios correctos. A partir de los noventa las políticas de desarrollo rural se concentraron en el análisis de redes de seguridad rural, inclusión del enfoque “mujeres en el desarrollo” y el desarrollo humano. Con el año dos mil se buscaron medios de vida sostenible, la aplicación del enfoque género en el desarrollo (GED), la descentralización, la protección social y la erradicación de la pobreza.

Las políticas de desarrollo han buscado mejorar la calidad de vida. El desarrollo territorial representa la capacidad de mantener una competitividad territorial que involucra la viabilidad medioambiental, económica, social y cultural, con lógicas de red y articulación interterritorial. La competitividad territorial toma en cuenta los recursos del territorio en la búsqueda de coherencia global, así como la implicación de los actores sociales e instituciones.

Alrededor de 1975, cobró importancia la problemática territorial, al considerar que el desarrollo económico de una localidad debía propiciarse sobre la base de sus propios recursos. Durante los años ochenta, el desarrollo económico local se convirtió en la estrategia de desarrollo territorial. Los objetivos eran pragmáticos, los instrumentos y acciones trataban de resolver problemas concretos y tenía mayor importancia la competitividad y difusión de las innovaciones. Desde el punto de vista operativo, las iniciativas locales se instrumentan a través de formas flexibles de organización.

De acuerdo con el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2003), el desarrollo rural territorial se consolida por medio de dos propósitos superiores: cohesión social, como expresión de sociedades nacionales en las que prevalecen la equidad, el respeto a la diversidad, la solidaridad, la justicia social, la pertenencia y la adscripción; y cohesión territorial, como expresión de espacios, recursos, sociedades e instituciones

inmersos en regiones, naciones y ámbitos supranacionales, que los definen como entidades integradas cultural, política, económica y socialmente.

El enfoque territorial pone de manifiesto los siguientes aspectos: (a) el carácter polifacético de los territorios rurales; (b) la necesidad de formular políticas con objetivos múltiples e integrales; (c) la necesidad de superar el marco institucional tradicional y las inversiones sesgadas hacia lo económico; y (d) la urgencia de establecer mecanismos institucionales que promuevan un sistema participativo y abierto para formular soluciones desde la población. Todos estos aspectos inciden, en la definición y ejecución de las políticas públicas. De Janvry y Sadoulet (2004) indican que los principales desafíos del enfoque territorial son: a) derivar valor adicional de recursos locales subutilizados, b) integrar las actividades rurales y urbanas en un territorio construido, c) construir la región en sus dimensiones institucionales, productivas y sociales, d) crear instituciones descentralizadas, participación, coordinación, y promoción, e) introducir proyectos multisectoriales estado-región, buscar crecimiento endógeno con base en sistemas localizados de producción, f) buscar competitividad territorial en relación a mercados externos dinámicos y g) buscar incorporación social y productiva de los pobres de la región. Los autores Schejtman y Ramírez (2004) proponen que el proceso de desarrollo rural territorial de transformación debe considerar los patrones de uso de los recursos. Sin embargo, la consolidación y sustentabilidad requieren: capital social, identidad territorial, mercados dinámicos, poder público y liderazgo. Más allá del discurso, el desarrollo territorial debe iniciar por cuestionar ¿qué elementos existen en el territorio? ¿qué problemáticas inmersas requieren prevención y disminución? ¿cuál es la clave para iniciar progreso en un territorio específico? ¿qué información existe? ¿qué información hace falta? y ¿cómo se encuentra la estructura social?

El análisis teórico donde se conjugan los tres conceptos refiere la siguiente discusión. Gómez (2005) considera que el patrimonio cultural entendido como un elemento capaz de generar riqueza, puede constituir una fórmula eficaz del progreso de áreas locales merced a la aplicación del desarrollo. Esta afirmación debe contemplar un proceso de planeación para evitar el uso irracional de los recursos culturales, y prever los posibles impactos negativos que se generen. El desarrollo territorial visualiza las oportunidades comprendidas en un territorio, los elementos que pueden ser aprovechados, las redes de apoyo que requieren consolidarse, el ordenamiento territorial adecuado para desarrollar sistemas de uso racional, la cohesión de actrices y actores

sociales, el nivel de actuación y gestión para acciones de cambio al interior del territorio, y contempla dicha actuación desde la perspectiva de género; esta perspectiva contribuye a conocer la dinámica social que frena o promueve la participación equitativa de mujeres y hombres de un territorio, analizando las estructuras sociales basadas en el poder, permite una comprensión holística del contexto donde se presenta cualquier problemática y promueve acciones de cambio hacia una sociedad equitativa. Pero el análisis teórico dista de una aplicación real en el escenario de estudio, en el ámbito real no se aplican las bases del desarrollo territorial con la perspectiva de género, no se realizan planteamientos adecuados; las autoridades locales y regionales no consideran la aplicación de alguno de estos enfoque teóricos, quizá por desconocimiento u omisión. Estos conceptos constituyeron los pilares de la investigación debido a que el desarrollo territorial considera que el progreso debe ser sustentable, equitativo, endógeno y debe potenciar los elementos contenidos en cualquier territorio. En el escenario de estudio, las oportunidades que se detectaron fueron aspectos culturales que constituyen un patrimonio cultural, aspectos institucionales en operación y acciones locales sólidas sin embargo se detectaron también problemáticas sociales y de género que frenan el progreso de la comunidad y contribuyen a generar deterioro y acrecentar la pobreza. Por lo cual el análisis de la problemática en torno al patrimonio cultural desde la actuación de mujeres y hombres de la comunidad remite estrategias de cambio.

Tepetlaoxtoc de Hidalgo

Tepetlaoxtoc de Hidalgo es una comunidad rural situada en el Municipio de Tepetlaoxtoc (Estado de México). Tiene 5602 habitantes, se encuentra a 2300 metros de altitud. Su nombre proviene del náhuatl y significa "En las cuevas de tepetate". Se localiza en la porción oriente del Estado de México y colinda al norte con los Municipios de Teotihuacán, San Martín de las Pirámides y Otumba, al Sur, con los Municipios de Texcoco y Papalotla; al poniente con los Municipios de Acolman y Chiautla y al oriente con el Municipio de Calpulalpan, Estado de Tlaxcala y Puebla. El territorio municipal de Tepetlaoxtoc cuenta con un área total de 17,238.00 has, de las cuales, 988.01 has corresponden a la superficie urbana. En la comunidad destaca el patrimonio cultural intangible con una variedad de recursos culturales que aún se mantienen, asimismo la comunidad se enriquece por su patrimonio cultural intangible (manifestaciones culturales) que se hereda por generaciones. Esta comunidad rural ha sufrido un proceso de urbanización, en

el que se ha mantenido la identidad del pueblo, fue elegida como zona de estudio para esta investigación por sus cualidades culturales. El gobierno municipal cuenta con limitadas acciones de preservación, conservación y fomento de los recursos culturales que constituyen el patrimonio cultural de la comunidad, y esto ha obstaculizado la generación de beneficios con base en este elemento.

En la comunidad se identificaron los siguientes elementos culturales: Eremitorio de Fray Domingo de Betanzos, Construido entre 1528 a 1529; Puentes arquitectónicos del siglo XIX; Fuentes arquitectónicas; Santuario de San Sebastián Mártir; Mercado de los arcos; Mercado de gastronomía; Templo de Santa María Magdalena del siglo XVI; Arquitectura vernácula; bebida tradicional pulque; comida tradicional; representaciones físicas de la novela los bandidos de Rio Frio, tlachiqueros (personas que extraen el aguamiel y realizan el proceso de fermentación), vaqueros, sembradores, bailables y danzas; charrería; bandas musicales y eventos culturales programados. Para fines de investigación, se elaboró un inventario de recursos culturales que describe las cualidades de estos elementos.

La comunidad posee un patrimonio cultural material e inmaterial que refleja los rasgos identitarios de su población y los procesos históricos que se desarrollaron en diversos periodos, actualmente se encuentra en un proceso de urbanización en el que, mantener los rasgos culturales ha significado inversión de tiempo y recursos económicos de la población local; si cuenta con el potencial necesario para generar desarrollo, es claro que al interior del territorio no se ha comprendido la importancia de este conjunto de elementos culturales para generar beneficios y aumentar la calidad de vida en el territorio.



Figura 1. Diversidad cultural

Marco metodológico

El tiempo de interacción representa una variable en el nivel de confianza del grupo social que se analiza, en este caso el poco tiempo de interacción, significó una desventaja y rechazo inicial por parte de la población local. El periodo de aplicación de instrumentos en fase de campo abarcó tres meses. La metodología incluyó las herramientas de análisis documental, observación directa, fichas de inventario, entrevistas a profundidad a tres grupos: *comerci@ntes*, *visit@ntes* y *autorid@des* (comisiones de turismo, educación y cultura, reglamentación, ecología, presidencia municipal, dependencias municipales, dependencias regionales y cronista municipal) y talleres participativos con un cuarto grupo de análisis, la población local. A continuación se presentan las figuras 2 y 3 que ilustran los grupos de la unidad de análisis y la información desagregada por género.

Además se realizaron 16 talleres participativos con pobladores, con un total de 491 asistentes; mujeres y hombres elegidos por conveniencia y los factores de edad, sexo, posición económica y ocupación fueron diversos. La población local vive una realidad ajena a los encargados de los sitios culturales, así que ellos (as) brindaron información del contexto real en el que se encuentra la comunidad, beneficios y alcances que representa habitar en una comunidad con riqueza cultural. En este grupo se consultaron niños (as), adolescentes de diversas escuelas de la comunidad, mujeres adultas y adultos (as) mayores; algunos grupos se encuentran integrados al Sistema Integral para el Desarrollo de la Familia (DIF) municipal. La figura 3 muestra la información de la población consultada, desagregada por género.

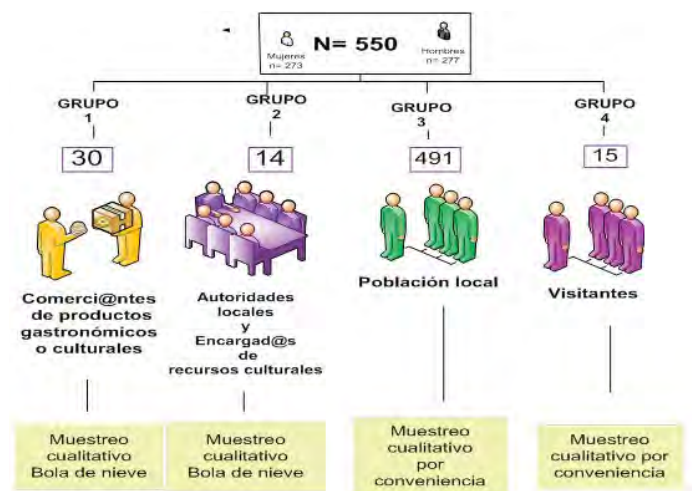


Figura 2. Unidad de análisis



| Unidad de análisis desagregada por género | | | | |
|---|---|---------|---|---------|
| 550 Personas | | | | |
| | | Mujeres | | Hombres |
| GRUPO 1 |  | 17 |  | 13 |
| GRUPO 2 | | 2 | | 12 |
| GRUPO 3 | | 246 | | 245 |
| GRUPO 4 | | 8 | | 7 |
| TOTAL | | 273 | | 277 |

Figura 3. Información desagregada por género

| Población local consultada (tercer grupo) | | | | |
|---|---|---------|---------|-------|
| | | Mujeres | Hombres | TOTAL |
| Niños (as) |  | 67 | 69 | 136 |
| Adolescentes | | 144 | 173 | 317 |
| Adultas | | 19 | 0 | 19 |
| Adultos (as) mayores | | 16 | 3 | 19 |
| TOTAL | | 246 | 245 | 491 |

Figura 4. Población consultada

Se destaca que la investigación es cualitativa y su validez refiere sólo a la población vertida en los grupos de análisis.

Problemática social

La comunidad de estudio presenta una problemática social compleja, aspectos como el desempleo y la pobreza se incluyen en el Plan Municipal de Desarrollo Urbano (2005). Sin embargo, otros aspectos como alcoholismo, drogas, delincuencia y violencia no se consideraron en el Plan. En esta investigación se realizó el análisis documental de los registros de seguridad pública municipal del periodo de un año (2008-2009) y se destacaron estos aspectos. Se constató que en la comunidad se presenta la problemática de inseguridad. Los datos registrados, reflejan 24 casos de robo, 16 casos de daños públicos, tres casos de asesinato, dos casos de drogadicción, y 30 casos de alcoholismo. Es necesario tener en cuenta que existen casos no denunciados que posiblemente incrementarían estos índices. Sin embargo estos problemas sociales aumentan notablemente en las fiestas patronales (durante las manifestaciones culturales del patrimonio cultural) por visitantes hostiles a quienes se denomina así debido a las conductas abusivas que se ejercen en forma de violencia hacia la población local, y producen daños a personas e inmuebles. Una forma de prevenir este comportamiento hostil es sensibilizar a la población local y controlar a los grupos hostiles. En tanto las instituciones facultadas tomen planes de acción, estos índices se reducirán y se mantendrá un ambiente

familiar donde las personas de la comunidad y visitantes se sientan seguros y puedan disfrutar su estancia en el sitio.

Conocer la problemática social es parte del proceso de identificar los elementos inmersos en un territorio para gestionar acciones de cambio y progreso que contribuyan a frenar estos índices y aumentar las oportunidades de desarrollo.

Problemática de género

Con la investigación se realizó un primer diagnóstico de género en la comunidad, mediante la recopilación de datos de registros de seguridad pública municipal e información del Sistema nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) municipal, en el periodo 2008-2009. Los datos muestran 74 casos de violencia, de los cuales 25 se refieren a violencia hacia mujeres, siete casos a violencia intrafamiliar y un caso a violación a mujeres, además por año se presenta un promedio de edad de 12 a 18 años en uniones libres, 50 convenios de separaciones, cinco divorcios legales, dos casos de acoso sexual, un caso de hostigamiento sexual, dos casos de violación y casos de incesto no denunciados. A causa de uniones libres a corta edad, se presentan diversos problemas al interior de la familia: irresponsabilidad paterna, embarazo adolescente, intolerancia, violencia y subordinación, que producen separaciones tempranas, con ello se incrementa el número de madres solteras que no se incorporan al ámbito laboral formal. Además los índices de violencia a mujeres son altos y se presentan de forma recurrente. La utilidad de conocer la problemática de género estriba en que se pueden proponer estrategias de acción que redunden en el desarrollo de la población con rostro humano.

En la comunidad se han implementado apoyos económicos para las mujeres como: los programas sociales de madres adolescentes y en periodo de lactancia promovidos por la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL). Estos apoyos se enmarcarían en estrategias del enfoque mujeres en el desarrollo (MED), sin embargo, la falta de información y capacitación de las autoridades municipales sobre aspectos de género han limitado la aplicación del enfoque género en el desarrollo (GED). Como se planteó en el marco teórico, este último enfoque ayuda a tratar temas a fondo y proponer acciones dirigidas al cambio hacia un desarrollo más equitativo.

Este primer análisis de la problemática de género deja en claro que en el escenario de estudio se requiere profundidad en aspectos de género, acciones preventivas y de solución, así como estrategias de aplicación del enfoque género en el desarrollo (GED).

Durante los talleres participativos, la población analizó, discutió y expuso el contexto social en cuanto a equidad de género y se constató una tendencia clara hacia formas de subordinación de algunos grupos sociales. La siguiente gráfica ilustra los resultados.

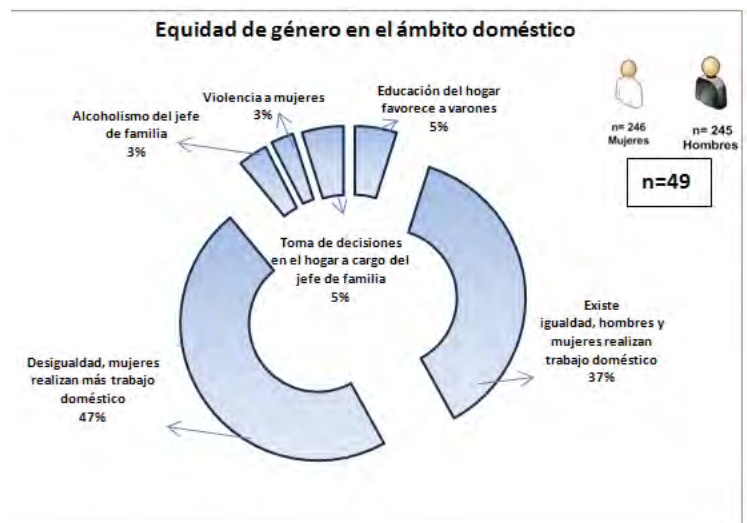
Los resultados demuestran que en la comunidad de estudio prevalece la subordinación femenina, la población mantiene los roles productivos donde el hombre es el proveedor económico y reproductivos donde la mujer se encarga de la crianza y cuidado de los hij@s (Moser, 1991); estos roles son asignados socialmente a cada género, algunos pobladores participantes manifestaron que en el ámbito doméstico los roles tradicionales han cambiado por lo tanto existe igualdad en la realización de trabajo doméstico. Sin embargo la mayoría expresó que persiste la desigualdad y subordinación de mujeres, también son claros los elementos que giran en torno a las relaciones de poder al interior del hogar, educación patriarcal que favorece a los varones, alcoholismo, violencia y la toma de decisiones gira en torno al jefe de familia (varón). Dichos resultados, reflejan las barreras que algunas mujeres de la comunidad enfrentan para incorporarse al ámbito público, donde la toma de decisiones interviene sobre cualquier asunto de la comunidad. Los participantes expresaron que las mujeres tienen menos oportunidades de acceso a la toma de decisiones debido a condiciones como embarazo, cuidado de hijos (que requieren atención), horarios inflexibles para cumplir con sus actividades reproductivas (doble jornada de trabajo) y el entorno social que refuerza los roles de las mujeres al ámbito doméstico.

Esta condición subordinada a los roles tradicionales reproductivos, aunado a la problemática de violencia e inseguridad hacia mujeres influye en la dinámica de conservación y aprovechamiento del patrimonio cultural.

Conocer esta problemática pertenece también al análisis del territorio. Con los elementos inmersos, la afirmación del desarrollo territorial debe partir del contexto real, generando acciones de solución que contribuyan al bienestar de la sociedad para fortalecer la cohesión y mostrar solidez de objetivos comunes.

Mujeres y hombres en la conservación y aprovechamiento del Patrimonio cultural

La problemática social y de género en Tepetlaotoc debilita la cohesión social y con ello se afecta el potencial para trabajar en beneficio del desarrollo. En la comunidad, la conservación del patrimonio cultural está dividida entre la población y las autoridades. Por una



Gráfica 1. Equidad de género en el ámbito doméstico.

parte el patrimonio cultural inmaterial se trasmite por generaciones entre la población local, mientras que por otra parte patrimonio cultural material está a cargo de las autoridades municipales quienes delegan la responsabilidad de cuidado, mantenimiento y restauración de los recursos culturales al Instituto Nacional de Antropología e Historia.

Mujeres y hombres se organizan en mayordomías para las fiestas patronales, transmiten conocimientos y tradiciones en su familia, participan monetariamente de la conservación de sus recursos culturales, se enorgullecen de su identidad y trabajan por mantener el equilibrio comunitario. Sin embargo, cada género realiza actividades diferentes.

Los hombres realizan gestión comunal mediante faenas para la preservación de sus recursos locales (panteón, iglesias y calles) de acuerdo a cada demarcación se organizan las fechas de las actividades. Las mujeres no se involucran tanto como los hombres en las faenas, pero cooperan en el mantenimiento y preservación de su área de trabajo.

Los hombres tienen mayor presencia pública que las mujeres, como consecuencia de la división tradicional del trabajo, que asigna el ámbito público a los hombres y el privado a las mujeres. En la comunidad, las concepciones culturales e históricas hacen más visibles a los hombres en los personajes históricos representativos de su comunidad. Entre los personajes destacados se encuentran San Sebastián (patrono de la comunidad), Fray Domingo de Betanzos y los Bandidos de Río Frío (personajes ficticios de la novela de Payno escrita entre 1889-1891 que relaciona a estos bandidos con Tepetlaotoc).

La población de Tepetlaoxtoc ha adoptado una figura de masculinidad representada por la valentía y agresividad de los bandidos de Río Frío, y esta figura se ha integrado a su historia transmitiéndose a cada generación. La comunidad forja leyendas e historias en torno al tema, se enorgullece de los personajes y realiza representaciones teatrales durante las fiestas patronales. Muchos pobladores consideran real y verdadera la existencia de los bandidos de Río Frío en la comunidad, pero en cierta medida, el tipo de masculinidad que representan es un referente violento para los jóvenes.

La presencia histórica de las mujeres en Tepetlaoxtoc tiene un referente prehispánico en la hija de Netzahualcōyotl (rey del señorío de Texcoco), que se asocia con la comunidad, sin embargo este personaje femenino no es mencionado en la tradición y muchas personas de la zona desconocen su existencia. De esta forma se demuestra que las construcciones históricas, sociales y culturales que prevalecen, favorecen la posición social de los hombres en la comunidad.

La comunidad mantiene la religión católica la cuál promueve tradiciones y manifestaciones culturales (patrimonio cultural inmaterial) que se preservan por generaciones (fiestas patronales, leyendas y cuentos). De igual modo, la religión y las concepciones culturales de la sociedad han beneficiado la posición social de

los hombres a diferencia de las mujeres. Las fiestas patronales se realizan en honor al santo del pueblo (San Sebastián), y para la celebración de las fiestas se organizan gremios en los cuáles participan las mujeres y los hombres; como por ejemplo en las mayordomías, el siguiente cuadro se muestra una relación de los festejos en la comunidad.

Con el cuadro anterior, se demuestra que la actuación de hombres y mujeres es equivalente: actrices y actores sociales desempeñan gremios, mayordomías, bailables y manifestaciones culturales diversas que promueven y preservan el patrimonio cultural inmaterial; no obstante, las estructuras sociales tradicionales de género influyen significativamente en la participación pública y la toma de decisiones sobre acciones concretas en el territorio.

Los gremios representan aquellos oficios que solían realizarse años atrás (aproximadamente 50 años antes) en la comunidad, sin embargo las condiciones del país a partir de 1950 ocasionaron el descuido del sector rural, considerado como rezago (Ellis y Biggs, 2001), de ahí en adelante los procesos de cambio contribuyeron a que el sector rural se atrofiara y con ello, los (as) pobladores (as) de las comunidades rurales como Tepetlaoxtoc de Hidalgo, se incorporaran a las actividades del mercado capitalista, los oficios dejaron de ser rentables y se cons-

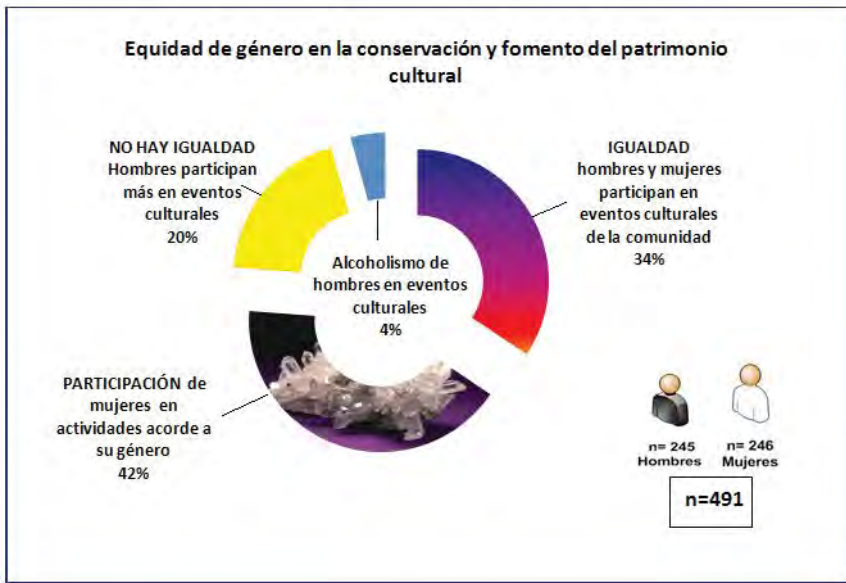
tituyó un incremento del proletariado. En la comunidad, los oficios del campo se han perdido y las condiciones de la población han cambiado (transformación de ámbito rural a ámbito urbano). Con todo esto, la comunidad revive los escenarios del pasado mediante las representaciones y festejos, lo que consolida la identidad colectiva.

También se trabajó con la población sobre la equidad de participación entre mujeres y hombres, en la preservación de los recursos culturales inmateriales, la siguiente grafica muestra los siguientes resultados:

Hombres y mujeres participan por igual en la preservación de sus tradiciones, costumbres y manifestaciones culturales que conforman el patrimonio cultural inmaterial. No obstante, la mayoría de personas consideran que las mujeres contribuyen a la conservación de costumbres y tradiciones con tareas propias de su género (enseñar a las hijas a cocinar, elaborar vestuarios para las danzas, educar con valores, elaborar platillos típicos, participar en mayordomías donde hay sólo mujeres,

| Organización de festejos por género en la comunidad | |
|--|-------------------|
| *19 de enero- Inicia la fiesta en honor al santo patrono, quienes organizan ese día son los habitantes de San Pedro (otra comunidad). | Mujeres y hombres |
| *20 enero le toca a los habitantes del barrio de San Sebastián de Tepetlaoxtoc | Mujeres y hombres |
| <i>Consecutivamente los días posteriores al 20 de enero de cada año, los gremios realizan su festejo, la organización está a cargo de los mayordom@s</i> | |
| Cirios (Este gremio representa a las personas que se dedicaban a la venta de cera) | Hombres |
| Molenderas (Mujeres amas de casa que simulan preparar mole) | Mujeres |
| Gañanes (Los que trabajan la tierra, el campo) | Hombres |
| Dancitas (Niñas que representan a los indígenas bautizados) | Mujeres |
| Sembreadores (Representan a las personas que se dedicaban a la siembra) | Mujeres y hombres |
| Tlachiqueros (Personas que extra en el aguamiel) | Hombres |
| Comerciantes (Antes se denominaba los matanceros) | Mujeres y hombres |
| Albañiles | Hombres |
| Nacos (Hombres vestidos de indios) y Tlacualeras (Hombres vestidos de mujer) | Hombres |
| Mexicanos (Personas nativas de Tepetlaoxtoc que se fueron a vivir a la capital) | Mujeres y hombres |
| Arieros (Personas que se dedica a la arriería) | Hombres |
| 22 julio- mayordomía de Santa María Magdalena | Mujeres y hombres |
| Semana santa- Viernes de dolores; se realiza "el paso del silencio" (las mujeres en procesión vestidas de luto caminan por todas las calles) | Mujeres |

Cuadro 1. Festejos de la comunidad por género



Gráfica 2. Equidad en la conservación y fomento del patrimonio cultural

bordando, cuidando su medio ambiente y entorno físico, etc.) el resto de la población local destacó que no existe igualdad pues los hombres participan más en eventos culturales. Las mujeres se encuentran principalmente en el ámbito doméstico privado y los hombres en el ámbito público, así que el contexto social contribuye a mantener la división tradicional del trabajo, limitando la incorporación de las mujeres a la fuerza de trabajo remunerada. La siguiente gráfica contiene de forma sintetizada, las principales actividades que realizan mujeres y hombres en la conservación de su patrimonio.

Las actividades que realizan mujeres y hombres de la comunidad en la conservación del patrimonio cultural, son de acuerdo a los contenidos de las actividades y se rigen por los roles de género. Los hombres trabajan en la gestión comunal (obras públicas de mantenimiento, limpieza, construcción en los recursos culturales intangibles) en mayor porcentaje que las mujeres; lo que desencadena una mejor posición social para los hombres, en tanto las acciones de gestión comunal por parte de las mujeres (preservar el lugar donde viven y cuidar el entorno natural) no tienen reconocimiento social.

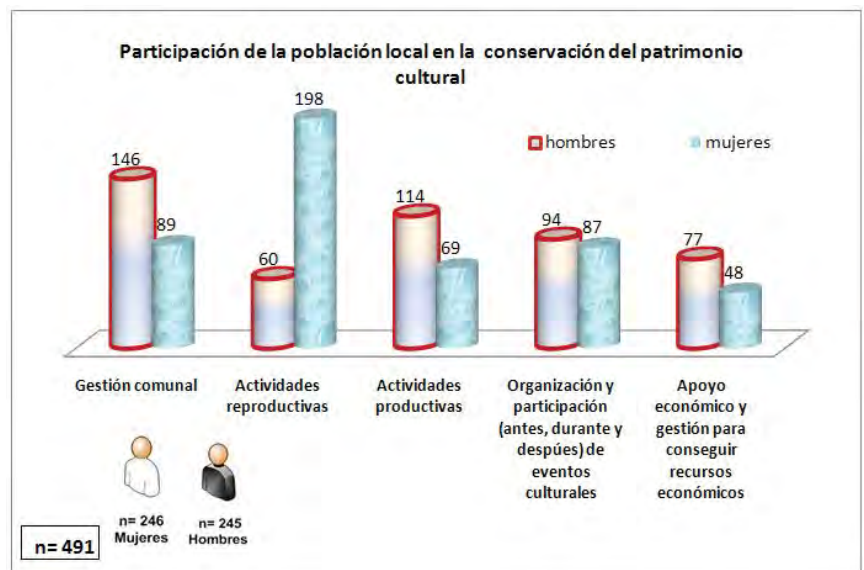
Las mujeres transmiten las tradiciones y costumbres a los hij@s desde el ámbito doméstico, los hombres de igual forma transmiten los valores sociales: educar con valores, transmitir los conocimientos y fomentar en los hij@s la preser-

vación de sus costumbres, enseñar oficios propios de cada género y preparar la comida de los eventos.

En las actividades productivas es notoria la participación de los hombres que contribuyen a la manutención del hogar, en tanto las mujeres en menor grado realizan actividades productivas: elaboran comidas tradicionales para vender, y trabajan para donar monetariamente a la fiesta. Durante la organización, de las fiestas patronales, mujeres y hombres participan por igual, todas las personas pueden organizar las fiestas patronales. Finalmente el apoyo económico: la recolección de cooperaciones para el pago de arreglos, música y juegos artificiales la realizan todos los pobladores de la comunidad, aunque los pobladores hicieron hincapié que hombres y mujeres guardan dinero todo el año para

cumplir con el compromiso del evento (fiesta patronal u otros). En síntesis, hombres y mujeres de la comunidad son participes en la preservación de su patrimonio cultural intangible. La población realiza esfuerzos por mantener su identidad colectiva, no obstante, parte de esa identidad evita que se propicie un ambiente de equidad de género, debido a que se reproducen las construcciones sociales asignadas a cada género.

Los gremios representan aquellos oficios que solían realizarse años atrás (aproximadamente 50 años antes) en la comunidad, sin embargo las condiciones del país a partir de 1950 ocasionaron el descuido del sector ru-



Gráfica 3. Participación local en la conservación del patrimonio

ral, considerado como rezago (Ellis y Biggs, 2001). Los procesos de cambio contribuyeron a que el sector rural se atrofiara y con ello, los (as) pobladores (as) de las comunidades rurales como Tepetlaoxtoc de Hidalgo se incorporaran a las actividades del mercado capitalista, dos oficios dejaron de ser rentables y se constituyó un incremento del proletariado. En la comunidad, los oficios del campo se han perdido y las condiciones de la población han cambiado, transitando del ámbito rural a ámbito urbano. Con todo esto, la comunidad revive los escenarios del pasado mediante las representaciones y festejos, lo que consolida la identidad colectiva. Durante la organización de estos eventos culturales, el pueblo se organiza y se proponen voluntariamente los (as) nuevos (as) mayordomos (as) cada año, posteriormente se realiza la colecta económica para realizar la fiesta. Los (as) pobladores (as) conservan y mantienen su patrimonio cultural inmaterial, no obstante los procesos actuales de crisis y globalización contribuyen a que las desigualdades económicas, sociales, ambientales y culturales se enfatizan, así que la población local tiene prioridades básicas inminentes, antes de la conservación del patrimonio cultural. Sin embargo, la propia riqueza del patrimonio que se da en la zona puede constituir un motor de desarrollo como se propone a continuación.

Estrategia de desarrollo en Tepetlaoxtoc de Hidalgo

Una estrategia de desarrollo para Tepetlaoxtoc debe considerar el enfoque de desarrollo territorial y la acentuación en el enfoque, género en el desarrollo (GED) para el aprovechamiento del patrimonio cultural. Como se demostró, el patrimonio cultural de la comunidad de Tepetlaoxtoc de Hidalgo, posee características invaluable, su importancia radica en que es un factor que podría generar progreso en la comunidad con equidad de género. Es preciso en primer lugar fortalecer la cohesión social, aplicando estrategias de solución a la problemática social al reforzar la seguridad pública y ampliar horarios de trabajo; posteriormente aplicar estrategias de prevención y solución a la problemática de género, concientizando a las autoridades sobre la necesidad de prevenirla y reducir sus índices. Se pueden realizar las siguientes acciones: elaborar diagnósticos de género, crear una base de datos que registre los casos que se denuncien y con ello hacer estimaciones gráficas por año, capacitar a la población local mediante talleres de liderazgo y empoderamiento para las mujeres con el objeto de que participen en la toma de decisiones comunitarias, implementar capacitación sobre género para representantes de dependencias, consejos y autoridades

municipales en cultura institucional, capacitar y prevenir a la población con ciclos de charlas a jóvenes sobre embarazos no deseados y paternidad responsable, prevención de la violencia hacia mujeres y hombres, y establecer espacios y personal para brindar a los (as) jóvenes de la comunidad, pláticas sobre educación sexual, noviazgo y anticonceptivos, así como facilitar cursos de capacitación por parte de la Secretaría de Educación Pública para las mujeres de la comunidad sobre trabajos no tradicionales de género.

Con mayor cohesión social, es posible planear una estrategia de desarrollo territorial, fomentando mayor flujo de visitantes, aprovechando que la gastronomía, el paisaje tradicional, los productos culturales y las fiestas patronales de la comunidad atraen estos grupos; se identificaron dos grupos de visitantes: aquellos que acuden en familia y grupos hostiles que afectan a la población con conductas abusivas y violencia. Una forma de generar mayores beneficios sociales y económicos es fomentar un ambiente familiar y controlar los grupos hostiles. Las siguientes acciones pueden contribuir a esta propuesta: capacitar a pobladores para brindar información sobre los recursos culturales de la comunidad, diseñar recorridos y visitas guiadas, establecer módulos de información con los principales servicios, fomentar el consumo de bebidas y comidas típicas, brindar mayores espacios para la venta de productos culturales locales y fomentar la venta de artesanías elaboradas en grupos de la tercera edad.

Para atender y prevenir la problemática social de pobreza y desempleo, se pueden generar puestos de trabajo para mujeres y hombres de la comunidad, impulsando esta propuesta que permite su ocupación como guías de visitantes, operador@s de bicitaxis, prestador@s de servicios para los visitantes y como informantes de los sitios culturales y principales servicios. Con los problemas de alcoholismo, violencia, drogas y delincuencia, es preciso reforzar la seguridad pública creando mayores puestos de trabajo y ampliar horarios de vigilancia. Para la problemática de género, a parte de las propuestas que se establecieron, se requiere fomentar la cultura de denuncia en las dependencias municipales e informar a las mujeres, brindar espacios de apoyo psicológico, económico y social; además de fomentar una cultura donde hombres y mujeres contribuyan por igual al ámbito doméstico y al ámbito público.

Además, se debe fortalecer la red de apoyos a nivel regional con dependencias e instituciones regionales, que colaboren con el municipio para detonar procesos y acciones de desarrollo territorial, iniciando por un ordenamiento territorial y terminando con estrategias a nivel municipal. Una forma de enfocar el patrimonio

cultural como clave de progreso, consiste en visualizar el contexto social desde la perspectiva de género y los contextos económicos y ambientales desde la perspectiva de desarrollo rural territorial, para ello es necesario identificar la problemática social y de género proponiendo alternativas de solución. Posteriormente se deben considerar los impactos positivos y negativos que pueden generarse en la utilización y aprovechamiento de los recursos culturales. Finalmente se debe actuar de forma planificada para potenciar los beneficios sociales, económicos y ambientales en la comunidad.

Conclusiones

El aprovechamiento del patrimonio cultural no puede ser entendido si no se analiza la dinámica social en torno al sitio donde se encuentra. Las perspectivas desarrollo territorial, género y patrimonio cultural contribuyen a comprender la interrelación de diversos elementos económicos, sociales y ambientales que potencian u obstaculizan el progreso de las comunidades. Se constató que las estructuras sociales de género influyen en la dinámica de conservación y aprovechamiento, por ello se propone una estrategia hacia la equidad y fortalecimiento de cohesión social.

Las problemáticas sociales y de género vertidas en esta investigación muestran la necesidad de atenderse para lograr el desarrollo. El patrimonio cultural generaría beneficios sociales y económicos en la medida que los hombres y las mujeres participen con igualdad y se planifiquen acciones de solución a las problemáticas vertidas. La investigación revela que el patrimonio cultural de la comunidad además del beneficio social y económico, sustenta valores de cohesión social y símbolos identitarios de pertenencia al grupo. Por lo tanto es urgente desarrollar estrategias de desarrollo como esta que permita analizar una problemática latente y visualizar posibles campos de acción para que se presente un cambio y por ende un progreso en la comunidad. La importancia del patrimonio cultural en Tepetlaoxtoc, radica en que es posible detonar progreso y beneficios con una planificación adecuada.

La hipótesis específica señala que al fomentar la participación de mujeres y hombres en la conservación del patrimonio cultural con perspectiva de género se promueve la equidad en la comunidad. Esta hipótesis resulta verdadera puesto que, actualmente hombres y mujeres conservan su patrimonio cultural, pero no es suficiente para lograr que las mujeres tengan reconocimiento social y oportunidades equitativas de desarrollo; bajo la perspectiva de género se puede fomentar una participación más activa y visible de las mujeres ya

que, la evidencia demuestra que las mujeres participan en menor grado en la conservación del patrimonio cultural que los hombres porque socialmente no se reconoce su labor y además son recluidas al ámbito doméstico. Con la perspectiva de género se crean espacios de participación donde las mujeres mejoran su condición económica y posición social.

La hipótesis general que se planteó señala que el patrimonio cultural puede fortalecer la identidad social y cultural e impulsar la equidad de género en la comunidad Tepetlaoxtoc de Hidalgo. A medida que se forje mayor cohesión y pertenencia social, la comunidad preservará y fomentará su patrimonio cultural y consecutivamente el fomento del patrimonio cultural contribuirá a generar participación social y desarrollo territorial. De acuerdo con los resultados se puede concluir que es verdadera, ya que el patrimonio cultural es la base de la identidad social y cultural en la comunidad, contribuye a forjar una pertenencia social de la que los pobladores se orgullecen y tratan de mantener. En la comunidad, el patrimonio cultural es aprovechado socialmente en actividades recreativas y cotidianas de la población local y en menor grado es aprovechado económicamente; se demuestra que la participación de hombres y mujeres en la conservación del patrimonio cultural no contribuye a la equidad de género pues el reconocimiento social es para hombres, pero podría impulsar la equidad de género, toda vez que se aproveche el patrimonio cultural y se obtengan beneficios económicos y sociales para mujeres y hombres. Mediante la participación equitativa de hombres y mujeres en la preservación y fomento del patrimonio cultural, puede ser posible generar desarrollo rural territorial.

Bibliografía

- Alberti, P.
2004 *Género, ritual y desarrollo sostenido en comunidades rurales de Tlaxcala*. Colegio de Postgraduados/Plaza y Valdés/ CONACYT México.
- Arizpe, L.
2004 "El patrimonio cultural intangible en un mundo interactivo" CRIM-UNAM en: *Patrimonio intangible Resonancia de nuestras tradiciones*. Memorias Patrimonio ICOM, México. Conaculta. INAH. Fundación Televisa.
- Bartra, A.
2000 "Conciertos y desconciertos del desarrollo sustentable. Participación social y gestión en los programas regionales" en C. Toledo y A. Bartra (coords.), *Del círculo vicioso al círculo virtuoso*. México: SEMARNAP; Plaza y Valdés.

- Bonfil G.
1995 "Identidad Nacional y patrimonio cultural: los conflictos ocultos y las convergencias posibles", en Obras escogidas de G. Bonfil. Tomo 4, Obra inédita. México / Instituto de Investigaciones Antropológicas UNAM, pp. 397-409
- Castillo, I., A. Espejel, R. Márquez.
2001 "La participación de la mujer en los programas de huertos familiares de traspatio". En Castillo, I., A. Espejel, R. Márquez, G. Marroni, P. Alberti, C. Hernández y B. Martínez. La participación de la mujer en el desarrollo rural. Universidad Autónoma de Tlaxcala, pp. 79- 111.
- Carmona, E.
2005 "El oro blanco de Huayapan, lugar donde nace el agua. La organización de mujeres y hombres en la pequeña irrigación" en Sesia Paola, y Emma Zapata, Los actores sociales frente al desarrollo rural, Transformaciones del campo mexicano una mirada desde los estudios de género. Estudios de Género. AMER. Tomo 5, pp. 357-380.
- Consejo Nacional para la cultura y las artes, CONACULTA.
2008 Patrimonio Cultural inmaterial y Turismo: Salvaguardia de oportunidades. México.
- D'Aubeterre, M., E.
2000 "Mujeres y espacio social transnacional: maniobras para renegociar el vínculo conyugal" En Barrera, D. y C. Oehmichen, (Edit.) Migración y relaciones de género en México. GIMTRAP, UNAM. México, pp. 63-85.
- De Barbieri, T, y De Oliveira, O.
1986 "Nuevos sujetos sociales: La presencia política de las mujeres en América Latina". Nueva Antropología. No. 30.
- De Janvry, A. y E. Sadoulet.
2004 "Hacia un Enfoque Territorial del Desarrollo Rural". Universidad de California en Berkeley. Cuarto Foro Temático Regional de América Latina y el Caribe. Cómo Cosechar las Oportunidades Disponibles: El Desarrollo Rural en el Siglo 21. Costa Rica, 19 a 21 de octubre.
- Domínguez, P. y A. Bernard.
2002 "Desarrollo regional a través de la interpretación del patrimonio cultural. Investigación presentada en la conferencia virtual desarrollo regional a través de la interpretación del patrimonio cultural". Recuperado el 10 de octubre de 2008, de http://www.jujuy\ponencias\patricia_dominguez.htm.
- Ellis, F. y Biggs, S. 2001. "Evolving Themes in Rural Development".1950-200s. Development Policy Review.
- Gómez, E.
2005 "Desarrollo Sostenible, patrimonio cultural y turismo: concepciones teóricas y modelos de aplicación" en Agustín Santana y Lorena Prats (coord.), El encuentro del Turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación. X Congreso de Antropología, editan: Fundación del Monte, Federación de Asociaciones de Antropología y el Edo Español, Asociación Andaluza Antropológica. Sevilla.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
2000 "El Desarrollo Rural Sostenible en el Marco de una Nueva Lectura de la Ruralidad". Marzo. Desarrollo Rural Sostenible. Cider. Panamá.
- Kabeer, N.
2006 "Género pobreza y políticas de desarrollo". En Naila Kabeer. Lugar preponderante del género en la erradicación de la pobreza y las metas del desarrollo del milenio. México: IDRC. CRID y Plaza y Valdés Editores.
- Maier, E.
2000 "La marginación como mediación en las relaciones de género de obreras agrícolas indígenas de Oaxaca residentes en Baja California". En Barrera, D. y C. Oehmichen, (Edit.) Migración y relaciones de género en México. GIMTRAP, UNAM. México, pp. 229-252.
- Montaño, S.
2003 "Políticas para el empoderamiento de las mujeres como estrategia de lucha contra la pobreza". En: R. Atría et al (Compiladores). Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: En busca de un nuevo paradigma. Santiago de Chile: UN, CEPAL, Michigan State University, pp. 361-394.
- Moser, C. O. N.
1991 "La planificación de género en el tercer mundo: enfrentando las necesidades prácticas y estratégicas de género" en V. Guzmán. Una nueva Lectura: Género en el Desarrollo. Ediciones entre mujeres. Lima, Perú, pp. 54-124.
- Organización de las Naciones Unidas, la Ciencia y la Cultura (Unesco).
1996 "El patrimonio: legado del pasado al futuro" consultado en www.unesco.org/whc/2giftes.htm. Consultado el 16 de Octubre de 2008.
- Nash, M. y D. Marre
2001 Multiculturalismos y género. Un estudio interdisciplinario. Editorial Bellaterra. Barcelona.
- Organización Mundial de Turismo (OMT)
2009 Cultural Heritage and Tourism Development. Disponible en http://www.unwto.org/index_s.php.

- Consultado el 24 de Agosto de 2009.
- Plan de Desarrollo Urbano del municipio de Tepetlaoxtoc.
- 2005 Disponible en http://seduv.edomexico.gob.mx/planes_municipales/Tepetlaoxtoc/PMDU.pdf. Consultado el 24 de Septiembre de 2008.
- Portocarrero, Patricia.
- 1990 "Mujer en el Desarrollo: Historia, límites y alternativas. En Portocarrero, P. Mujer en El Desarrollo balance y propuestas. Editorial Flora- Tristan, Centro de la mujer peruana. pp 13-85.
- Rubio, M., A.
- 1999 "El patrimonio cultural de los pueblos indígenas en México" en Hacia el fortalecimiento de la legislación sobre el patrimonio cultural de la nación. Diario de Campo/ Suplemento septiembre 1999, Los códigos de investigación, protección y conservación del patrimonio. CONACULTA/ INAH.
- Schejtman, A. y E. Ramírez.
- 2004 Desarrollo territorial rural. Aspectos destacados de experiencias en proceso en América Latina. Fondo Mink'a de Chorlavi. Disponible en www.grupochocholavi.org/dtr/.
- Secretaría de Turismo SECTUR.
- 2002 "Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural". Disponible en <http://www.sectur.gob.mx>. Consultado 11 agosto 2008.
- World Commission on Environment and Development
- 1987 Our Common Future: Oxford University Press (LRDC). 400 p
- Young, K.
1991. "Reflexiones sobre cómo enfrentar las necesidades de las mujeres". En V. Guzmán. Una nueva Lectura: Género en el Desarrollo. Ediciones entre mujeres. Lima, Perú, pp. 15-53.
- Zapata Martelo E. y López Zavala J.
- 2005 La integración económica de las mujeres rurales: un enfoque de género. Secretaria de la Reforma agraria, programa de la mujer en el sector agrario. México.
- Zapata Emma
1994. Mujeres rurales ante el nuevo milenio: desde la teoría del desarrollo rural hacia la concepción del género en el desarrollo. Colegio de Postgraduados. Centro de estudios de desarrollo rural. Montecillo, Texcoco, México.

Recibido: 28/10/09
Reenviado: 12/12/10
Aceptado: 21/02/11
Sometido a evaluación por pares anónimos

A economia solidária como elemento fomentador do desenvolvimento local de Corumbá/MS/Brasil face à inserção dos pescadores artesanais na atividade do turismo¹

Milton Augusto Pasquotto Marianiⁱ

Dyego de Oliveira Arrudaⁱⁱ

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS/Brasil

Resumo: A cidade de Corumbá, no Mato Grosso do Sul - Brasil, dadas as suas especificidades territoriais e culturais, apresenta uma gama de empreendimentos de economia solidária já consolidados com grupos sociais os mais distintos possíveis. Não obstante, face ao fato de o contingente de pescadores artesanais da localidade ser relevante e demandar recursos que lhes permitam subsistir com dignidade, procurou-se analisar e correlacionar algumas ações dos projetos de economia solidária com os anseios desses indivíduos, de modo que se tencionasse impulsionar iniciativas de desenvolvimento local; em escala humana. Nesse viés, procedeu-se a uma pesquisa exploratória e descritiva, com a realização de observações participantes e entrevistas filmadas com os principais atores para a elucidação do tema em voga. Concluiu-se, pois, que são urgentes iniciativas que visem a organizar os pescadores artesanais, especialmente no que tange à geração de renda a esses indivíduos em períodos de piracema, uma vez que são numerosas as parcerias que podem estabelecer com os projetos já consolidados, com vistas ao desenvolvimento local e conseqüente protagonismo da comunidade. Dentre tais iniciativas endógenas, a atividade turística apresenta-se, pois, com exacerbado potencial para desenvolver-se na região e abarcar as principais demandas dos pescadores artesanais.

Palavras-chave: Corumbá/MS/Brasil; Desenvolvimento local; Economia solidária; Pescadores artesanais.

Title: The solidarity economy as a promoter of local development of Corumbá/MS/Brazil at the insertion of the fishermen in activity tourism

Abstract: The city of Corumbá, Mato Grosso do Sul - Brazil, given its specific regional and cultural, presents a range of social economy enterprises already established social groups with the most diverse possible. Nevertheless, given the fact that the number of artisanal fishermen of the locality to be relevant and require resources to survive with dignity, we tried to analyze and correlate the actions of some projects that were sympathetic to the needs of these individuals, so that it is intending to boost local development initiatives, on a human scale. This bias, we proceeded to an exploratory and descriptive, with the completion of observation and videotaped interviews with key actors for the elucidation of the theme in vogue. We conclude therefore that urgent initiatives to organize the fishermen, especially in regard to the generation of income to these individuals during periods of spawning, since there are numerous partnerships can make to the projects already consolidated with a view to local development and the consequent role of the community. Among such initiatives endogenous tourism activity is presented, therefore, exacerbated with the potential to develop in the region and cover the main demands of the fishermen.

Keywords: Corumbá/MS/Brazil; Local development; Solidarity economy; Fishermen.

ⁱ Geógrafo. Mestre em História Social pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP/Brasil. Doutor em Geografia Humana pela Universidade de São Paulo – USP/Brasil. Professor dos cursos de Ciências Econômicas e Administração; e dos Programas de Mestrado em Agronegócios e Administração, do Departamento de Economia e Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – DEA/UFMS/Brasil. E-mail: miltmari@terra.com.br

ⁱⁱ Acadêmico do curso de Ciências Econômicas do Departamento de Economia e Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – DEA/UFMS/Brasil. É bolsista de Iniciação Científica do CNPq no período de 2009/2010. E-mail: dyego.arruda@gmail.com

Introdução

A necessidade de as comunidades passarem a interferir em seu próprio crescimento, em busca de maior dinamismo nas atividades econômicas locais, e a lutar por uma melhor distribuição de riqueza e renda impuseram-se, sobretudo, desde que os efeitos da globalização se fizeram sentir.

O aumento do desemprego, a carência de políticas sociais, a deterioração da qualidade de vida, a degradação ambiental atingiram também o Centro-Oeste brasileiro. Durante muitas décadas, o atual modelo de desenvolvimento baseou-se em intervenções macroeconômicas, as quais negligenciaram as especificidades locais. Regiões inteiras, muitas delas longe dos centros urbanos mais dinâmicos, não se beneficiaram desse “desenvolvimento”.

Falharam, em certa medida, as políticas federais e estaduais. Contudo, surgiram experiências inovadoras no âmbito local. Algumas comunidades do litoral cearense, por exemplo, demonstraram, assim como outras comunidades interioranas no restante do Brasil, como o lugar pode assumir a luta por seu próprio desenvolvimento, mesmo em condições precárias de modernização.

Para se entender o significado de “local” no contexto de desenvolvimento local explanado neste trabalho, opta-se pela definição dada por Lopez apud Ávila (2000) ao referir-se como sendo um espaço, uma superfície territorial de dimensões razoáveis para o desenvolvimento da vida, com uma identidade que o distingue de outros espaços e de outros territórios e no qual as pessoas conduzem a sua vida cotidiana: habitam, se relacionam, trabalham, compartilham normas, valores, costumes e representações simbólicas.

Diante das crises no que tange à efetiva implementação de políticas públicas, o desenvolvimento local não é responsabilidade só dos governos, pois passa a depender também da criatividade local. Ademais, há que se ressaltar a iniciativa dos indivíduos de se organizarem em prol da observância de seus anseios, como a geração de emprego, renda e demais melhorias sociais advindas das questões supracitadas.

Nesse sentido, surgem os empreendimentos de economia solidária, que na definição de Souza (2008, p. 35),

“(...) compreendem uma diversidade de práticas econômicas e sociais, organizadas sob a forma de cooperativas, associações, empresas autogestionárias, redes de cooperação, complexos cooperativos, entre outras, que realizam atividades de produção de bens, prestação de serviços, finanças, trocas, comércio e consumo.”

Por embasar-se no protagonismo das comunidades e em sua autonomia de decisão, a economia solidária mostra-se como um dos elementos capazes de fomentar iniciativas de desenvolvimento local, onde o território e as especificidades territoriais e locacionais (sejam nos aspectos culturais, sócio-demográficos ou ambientais) são levados em consideração nos processos de tomada de decisões.

A economia solidária, nesse viés, retoma a unicidade do processo produtivo, onde os indivíduos, organizados, seriam os proprietários dos meios de produção dos quais lançam mão para a efetivação do seu trabalho e promoveriam a “socialização” desses meios a partir do trabalho cooperado, o que culminaria em uma síntese entre modos arcaicos de produção (anteriores à Revolução Industrial), onde os indivíduos estavam intensamente atrelados ao território e aos demais fatores de produção existentes, e o sistema capitalista em seu estágio atual de evolução.

Logo, tomando-se como base a definição de Raffestin (1993) segundo a qual o território é um lugar político, delimitado por relações de poder, e levando-se em consideração as contribuições de Santos (1998) à definição de território, a constituição de empreendimentos de economia solidária são territorialidades do local, ou seja, são entraves à hegemonia do capitalismo em sua forma monopolizadora e exploradora dos indivíduos desprovidos de capital. Desta feita, iniciativas de desenvolvimento local têm como base o protagonismo da localidade, onde os indivíduos devem se identificar com o local onde residem e criar mecanismos que lhes possibilitem atender seus anseios.

No que tange a Corumbá, que compreende o lócus de análise deste trabalho, faz-se necessário citar que é uma das principais cidades do estado de Mato Grosso do Sul - Brasil, situada no extremo oeste, à margem do rio Paraguai, com territórios limítrofes com o Paraguai e a Bolívia. É a mais importante cidade do pantanal sul-mato-grossense, razão pela qual é comumente chamada de “capital do pantanal”, uma vez que engloba cerca de 60% desse ecossistema situado no Brasil (Mariani & Arruda, 2009).

Em virtude da confluência e inter-relação de povos de três países distintos, Corumbá apresenta vasta cultura, com características as mais variadas possíveis, que vão desde a culinária, vestimentas, até o patrimônio histórico e arquitetônico da cidade. Economicamente, tem como principais recursos a pecuária, o turismo em suas mais amplas especificidades (como o turismo de pesca e de contemplação), e os recursos minerais da região, que é rica em manganês e calcário.

Face aos recursos naturais da localidade, com vastos rios piscosos, boa parte dos indivíduos que ali residem viram na pesca artesanal sua forma de subsistência. Desta feita, há expressivo contingente de pescadores artesanais na cidade de Corumbá, que ainda sobrevivem da pesca e transparecem na efetivação desta atividade suas expressões culturais.

Por pesca artesanal entende-se como sendo a pesca realizada de acordo com os moldes da pequena produção mercantil, com o emprego de tecnologias com baixo poder de predação, feita por produtores autônomos, com o emprego de mão-de-obra familiar ou do grupo de vizinhança e cuja produção destina-se ao mercado. Em virtude do baixo valor agregado do pescado in natura, a renda advinda dessa modalidade de pesca é extremamente baixa, razão pela qual os pescadores anseiam por alternativas que visem a incrementar sua renda.

Dentre tais alternativas, o turismo mostra-se como uma das mais promissoras em virtude das vantagens comparativas locais de Corumbá e do conhecimento popular dos pescadores artesanais urbanos, que são recursos relevantes para o fomento da atividade turística.

Nesse viés, tomando-se como base as questões supracitadas, este trabalho, com o incentivo da Fundação de Apoio ao Desenvolvimento do Ensino, Ciência e Tecnologia do Estado de Mato Grosso do Sul – FUNDECT/MS - tem por objetivos: i) Analisar a relação das atividades de alguns empreendimentos de economia solidária da cidade de Corumbá com o grupo de pescadores artesanais da localidade; ii) Mostrar a economia solidária como elemento capaz de fomentar o desenvolvimento local de Corumbá; iii) Propor diretrizes que visem ao envolvimento dos pescadores artesanais (que constituem grupo significativo em Corumbá) com alguns empreendimentos de economia solidária já consolidados no município em questão, com vistas ao fomento da atividade turística. O problema que norteou a pesquisa foi o seguinte: Como propor diretrizes que visem à inserção dos pescadores artesanais urbanos na atividade do turismo, tomando-se como base as contribuições da economia solidária para o desenvolvimento local de Corumbá/MS e levando-se em conta a necessidade de salvaguardar as especificidades culturais dos indivíduos em questão?

Isto posto e delineado, apresentam-se a seguir os procedimentos metodológicos para a efetivação da pesquisa em voga, com a devida explanação do tipo e meios de pesquisa utilizados.

Não obstante, há a efetivação das discussões dos resultados obtidos com a pesquisa, momento este em que há breve aprofundamento no arcabouço teórico do conceito de economia solidária e das condições para a

efetivação de desenvolvimento com base local, com a conseqüente explanação de dados acerca do grupo de pescadores artesanais da cidade de Corumbá e de suas possibilidades de inserção na atividade turística. Isto feito, parte-se à conclusão final do trabalho em voga, com a síntese e delineamento de propostas aos objetivos supracitados.

Material e Métodos

Para que se galgassem os objetivos do presente trabalho, quais sejam o confronto entre as atividades de empreendimentos de economia solidária da cidade de Corumbá e as possibilidades do grupo de pescadores artesanais da localidade se inserir na atividade turística, fez-se necessário realizar uma viagem in loco, mediante a qual foram feitas observações participantes, anotações e entrevistas filmadas com os atores-chave para a explanação do tema em voga.

Assim sendo, quanto aos fins delineados, a pesquisa realizada pode ser classificada como sendo uma Pesquisa Exploratória e Descritiva, posto que, conforme expõe Vergara (2005), há meios de confrontar tipos de pesquisas distintos, uma vez que as etapas para o estudo de um dado tema não são compartimentadas e estanques. No referido caso, a pesquisa exploratória cumpre o fim de analisar, in loco, os atores-chave para a elucidação do tema, uma vez que não há farto material documentado acerca do mesmo, ao passo que a pesquisa descritiva elucida as características do fenômeno observado, bem como dos atores.

No que tange aos meios de investigação, trata-se de uma pesquisa documental, bibliográfica e estudo de caso. Ainda de acordo com Vergara (2005, p. 48) “a investigação bibliográfica é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais e redes eletrônicas”. Objetivou-se, ao entrar em contato com os materiais disponíveis ao público em geral, conhecer o referencial teórico acerca do tema que se pretende estudar, de modo que se criassem subsídios para a elaboração das perguntas que seriam aplicadas nas entrevistas filmadas.

A investigação documental foi realizada em bibliografia especializada nos temas acerca de desenvolvimento local e empreendimentos de economia solidária, bem como em sítios da internet, onde se obteve também algumas características culturais e socioeconômicas da cidade de Corumbá, de modo que se criasse uma noção das especificidades da cidade que seriam observadas na visita in loco.

Não obstante, face aos meios utilizados, a pesquisa se classifica como um estudo de caso. Conforme precon-

zado por Yin (2005, p. 32) um estudo de caso constitui-se em “uma investigação empírica que investiga um fenômeno dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. Foram pesquisados quatro empreendimentos de economia solidária na cidade de Corumbá, quais sejam: a Organização Não-governamental Instituto Homem Pantaneiro; a Associação de Mulheres Organizadas Reciclando o Peixe; a Associação Não-governamental Casa do Massabarro e o Projeto Social Ladrilho-Hidráulico.

São projetos que, direta ou indiretamente, se relacionam com o grupo de pescadores artesanais e suas famílias, de modo que aí é que se encontra a relação que se tenciona analisar neste trabalho, sendo de fundamental importância a observação dos agentes em seu contexto de relações mútuas. Para tanto, foram colhidas filmagens dos gestores dos projetos supracitados (que serão, conforme se necessite, chamados de G1, G2, G3 e G4, de acordo com a ordem de exposição dos projetos no parágrafo anterior), passando-se à transcrição dos dizeres de cada um, com conseqüentes anotações, com o escopo de não se perder elementos importantes às discussões acerca dos objetivos do trabalho.

Constatou-se, antes mesmo do desenrolar dos procedimentos de campo, que os empreendimentos de economia solidária implantados em Corumbá concorrem de forma singular para o desenvolvimento local, uma vez que, conforme teoriza Zapata (2006), cumprem o fim de potencializar o aparecimento de competências e habilidades locais antes inexplorados. Desta feita, o confronto dos anseios dos pescadores artesanais urbanos, especialmente no que tange à geração de emprego e renda, com a atuação dos projetos de economia solidária pode ser mais um indicativo do desenvolvimento endógeno de Corumbá, propiciado por suas próprias comunidades, que antes se encontravam deprimidas.

O turismo surge, pois, como uma alternativa aos pescadores, que se mostram acessíveis a esta atividade. O seu vasto saber popular e os recursos naturais da localidade, por exemplo, são elementos potencializadores da atividade turística, que se apresenta em vias de expansão, envolvendo mais de 260 milhões de trabalhadores e proporcionando um faturamento na ordem de US\$ 3,4 trilhões em todo mundo, segundo dados da OMT iii (2003).

Por fim, quanto aos protocolos de pesquisa empregados no trabalho em voga, que se constituem em elementos norteadores da coleta de dados e condução da pes-

quisa por parte do pesquisador, cumpre ressaltar que, para Yin (2005), há a emergência de se observar três grandes itens: a visão geral da pesquisa, o procedimento de campo e as questões do estudo de caso. Face à relevância de tais itens, há o seu respectivo detalhamento um pouco mais depurado nos subtópicos seguintes:

A Visão Geral da Pesquisa

A visão geral da pesquisa resume-se em analisar as atividades, o processo de organização e a relevância dos empreendimentos de economia solidária já consolidados na cidade de Corumbá, confrontando as ações desenvolvidas por cada um com as possibilidades de inserção dos pescadores artesanais urbanos na atividade turística. Tais indivíduos constituem, pois, um grupo expressivo na região, e são marginalizados face ao baixo valor agregado do produto de seu trabalho (no caso, do pescado in natura) e à falta de organização dos agentes do setor.

Cumprido destacar, não obstante, que este estudo é fruto de um projeto de pesquisa intitulado “Percepção dos Pescadores Artesanais Urbanos da Cidade de Corumbá (MS) com Relação à Atividade Turística”, financiado pela Fundação de Apoio ao Desenvolvimento do Ensino, Ciência e Tecnologia do Estado de Mato Grosso do Sul – FUNDECT/MS, sob a tutela da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – PROPP/UFMS.

Procedimentos de Campo

Nesta fase do protocolo de pesquisa, cumpre explicar os procedimentos, planos e estratégias esboçadas pelo pesquisador para a coleta de dados e observação dos elementos essenciais à elucidação do tema que se pretende estudar. Inicialmente, foram feitas pesquisas em acervos bibliográficos da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, de modo que se tencionou obter alguma noção do conceito de desenvolvimento local e do fragmentário teórico acerca da economia solidária e seus desdobramentos no século XXI, no atual estágio de evolução do sistema capitalista.

De posse de tais dados secundários, procedeu-se à ampla pesquisa em sítios da internet, na qual objetivou-se levantar dados socioeconômicos e culturais da cidade de Corumbá, a relação dos empreendimentos de economia solidária já consolidados na cidade e as ações e parcerias que os mesmos desenvolvem com o grupo de pescadores artesanais urbanos da localidade, que compreendem, pois, sujeitos importantes da pesquisa. Tal etapa constituiu-se como sendo de extrema valia, uma vez que, com os dados levantados, arrolaram-se os elementos essenciais a serem observados na visita in loco.

Desta feita, de posse de uma lista com os empreen-

dimentos de economia solidária de Corumbá, implantados com grupos sociais os mais distintos possíveis, iniciaram-se os primeiros contatos com os gestores de tais empreendimentos, de modo que se selecionou para a pesquisa apenas alguns, por ordem de importância para a elucidação do tema do presente estudo.

Essa etapa do processo teve seu início em dezembro de 2008, com a efetivação dos primeiros contatos, que foram recebidos com a devida cautela pelos gestores dos projetos, os quais acabaram cedendo as informações necessárias, uma vez que convenceram-se do caráter estritamente acadêmico da pesquisa em voga.

Logo após os primeiros contatos por telefone, a delimitação dos empreendimentos que seriam visitados e dos gestores que seriam entrevistados, procedeu-se ao agendamento das visitas, de modo que procurou-se adequar os recursos disponíveis para o traslado da cidade de Campo Grande até a cidade de Corumbá, com o tempo disponibilizado pelos gestores dos projetos para responder às informações necessárias para o desenrolar da pesquisa. Após uma série de agendamentos e necessidade de remarcações, as visitas ocorreram no mês de fevereiro de 2009.

No que tange, pois, à delimitação da amostra dos empreendimentos que seriam visitados, ressalte-se que foi não-probabilística por pertinência, ou seja, foram selecionados os projetos sociais mais

pertinentes à elucidação dos objetivos do presente estudo. Conforme expõe Vergara (2005), há dois tipos distintos de amostra: probabilística, baseada em procedimentos estatísticos, e não-probabilística. Como não se calculou, estatisticamente, as escolhas efetuadas, o segundo tipo é o mais adequado para descrever os procedimentos adotados.

Quanto aos sujeitos da pesquisa, tomando-se como base o exposto por Vergara (2005), são os indivíduos que fornecerão os dados de que se necessita para a realização da pesquisa, sendo que, via de regra, são pessoas ligadas diretamente com o tema a ser estudado e que, por possuírem experiência no assunto em voga, poderão contribuir mais qualitativamente para a efetividade do estudo. No referido caso, os sujeitos da pesquisa, para as entrevistas filmadas, foram os gestores e/ou organizadores dos projetos selecionados e, no que concerne aos questionários de diagnóstico aplicados entre 2007 e 2008 (na primeira etapa do desenvolvimento do Projeto de Pesquisa que resultou neste trabalho) e que foram utilizados neste estudo, o grupo de pescadores artesanais urbanos da cidade de Corumbá.

Os instrumentos de coleta de dados constituíram-se na aplicação de entrevistas semi-estruturadas, que compreendem “uma conversa iniciada por um entrevistador

para obter informações de um respondente” (Cooper & Schindler, 2003). Tais entrevistas foram filmadas, aplicadas aos gestores dos projetos selecionados, de modo que as respostas dos entrevistados ditavam a profundidade e ritmo das perguntas, conforme os anseios delimitados no que tange às respostas que se tencionava obter.

Ademais, foram aplicados questionários estruturados aos pescadores artesanais urbanos, entre os anos de 2007 e 2008, conforme amostra não-probabilística, de modo que objetivou-se aferir a forma de organização e os principais anseios desses indivíduos. No total, entrevistaram-se 159 indivíduos acerca de questões que versavam desde sua fonte de renda até a percepção da atividade turística desenvolvida na região.

Não obstante, lançou-se mão da observação direta dos agentes, onde se utilizou os sentidos na obtenção de determinados aspectos da realidade em que se nota o desenrolar dos fenômenos que se deseja estudar. Esse procedimento foi efetivado de uma maneira informal ao longo da visita in loco, e teve como meta coletar evidências provenientes das entrevistas. As evidências observacionais são, em geral, úteis para fornecer informações adicionais sobre o tópico que está sendo estudado (Yin, 2005: 120).

De posse de todos os dados coletados, efetivou-se a transcrição dos vídeos, com a maior brevidade possível, na tentativa de lembrar do dito e do não dito, corroborando os resultados com o tratamento estatístico dos questionários aplicados aos pescadores entre 2007 e 2008 e com as anotações feitas na visita, de modo a criar embasamentos suficientes à elucidação dos objetos do presente estudo.

Questões do Estudo de Caso

As questões do protocolo atinentes ao estudo de caso são, em essência, os lembretes que o pesquisador deverá utilizar para se lembrar das informações que precisam ser coletadas e o motivo para coletá-las. (Yin, 2005).

Para a elaboração das questões do protocolo procedeu-se ao confronto do referencial teórico levantado na pesquisa bibliográfica com o delineamento das informações essenciais a serem observadas na visita in loco.

Resultados e Discussão

A sociedade contemporânea, sobretudo após a hegemonia do sistema capitalista de produção no início da década de 90 do século XX, modelou-se no binômio capital-urbanização, e alinhou-se celeremente à mundialização do capital, fato que contribuiu para a concentração de riqueza nas mãos de poucos, ao passo que as

camadas sociais mais humildes economicamente padeceram cada vez mais com o desemprego, o aumento da pobreza e o incremento da violência.

A supremacia deste modelo possibilitou, pois, que uma minoria de pessoas e grupos tivessem acesso aos recursos básicos e essenciais disponíveis no mercado, como alimentação, saúde e segurança. Não obstante, um grande número de indivíduos, normalmente distantes dos grandes centros urbanos e tecnológicos, padeceram com a ausência do mínimo que lhes possibilitassem viver com dignidade, sendo que esses indivíduos, via de regra, residem em comunidades pobres e carentes de infra-estruturas as mais diversas possíveis.

Entende-se, pois, que o termo comunidade designa um grupo de indivíduos estabelecidos em uma dada localidade, que apresentam laços de identidade entre si e com o ambiente onde residem. Tais laços são decorrentes, por exemplo, de algum grau de parentesco, proximidade geográfica de moradias ou posicionamento político dos atores. Via de regra, associa-se à comunidade certa fragilidade, uma vez que pressupõe-se que os indivíduos a ela pertencentes são interdependentes entre si e, assim sendo, não podem exercer sua individualidade, que é um atributo extremamente caro da filosofia capitalista moderna.

Ander-Egg (1980: 45) lança luz nessa questão de definição do termo, e diz que comunidade é:

“um agrupamento organizado de pessoas que se percebem como unidade social, participam dos mesmos interesses, objetivos e funções comuns, com consciência de pertencimento, situados em uma determinada área geográfica, na qual a pluralidade de pessoas que interagem mais intensamente entre si, que em outro contexto”

Desta feita, a comunidade é o local em que se evidencia a intensidade e o grau de afinidade dos atores, de modo que representa um contraste às formas desiguais de apropriação do capital pelos indivíduos. Nas sociedades modernas, conforme explicita Coriolano (2008), as comunidades representam uma crítica ao modo de vida moderno que prometeu respostas à humanidade, contudo produziu profundas desigualdades sociais, colocando a liberdade e a igualdade em plano metafísico. Face a isso, não se deve pensar nas comunidades como um entrave ao exercício da liberdade por parte dos indivíduos, mas como uma alternativa de organização para o atendimento de seus anseios, negligenciados pelo atual estágio de globalização e evolução do sistema capitalista.

Iniciativas de desenvolvimento local devem embasar-se, pois, nas especificidades das comunidades e de seus atores. Não obstante, os empreendimentos de economia solidária devem ter na comunidade seu público alvo, de modo que utilizem os recursos da localidade e os laços de

identidade dos indivíduos em prol deles mesmos.

Os projetos de economia solidária, dentro desse viés, não devem ser confundidos com meras formas de assistencialismo para os excluídos do sistema. Eles devem incitar os atores do local a buscarem soluções para o seu dia a dia de forma coletiva; se preocupar em estimular a convivência humana em detrimento do relacionamento visando única e simplesmente a acumulação; além de fomentar a solidariedade em lugar do consumismo burguês, que é a tônica do mundo globalizado cada vez mais interligado.

Conforme Souza (2008) a economia solidária, contemporaneamente, vem ganhando destaque e ditando os debates acerca das estratégias de combate ao desemprego, de incentivo à geração de renda e, sobretudo, de fomento às ações políticas que visem ao combate à chamada “vulnerabilidade social”.

No Brasil, as discussões teóricas acerca da economia solidária iniciaram-se na década de 1980, mas é nos idos de 1990 que ganha corpo em face do surgimento dos “excluídos do sistema”. Em 2003, o fomento a empreendimentos de economia solidária ganhou status de política governamental em virtude da criação da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES), subordinada ao Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). No âmbito acadêmico, percebe-se também relativo engajamento, uma vez que houve mobilizações e discussões acerca da temática em voga, principalmente após a implementação da Rede Universitária de Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares – Rede Universitária de ITCPs.

No âmbito prático, os projetos de economia solidária são vistos rotineiramente sob a forma de cooperativas, associações e organizações não-governamentais (ONGs), que, além de buscarem atender aos anseios econômicos de seu público-alvo, cumprem o fim de atender às necessidades humanas dos mesmos, com a socialização dos recursos disponíveis e a igualdade entre todos, com as decisões sendo tomadas democraticamente.

Desta feita, observa-se que a economia solidária é um campo de estudo extremamente fértil, e que vêm ganhando relevância com o passar dos anos, de modo que tenciona a igualdade de direitos e oportunidades entre os indivíduos.

Ademais, a economia solidária é, notadamente, um elemento fomentador do desenvolvimento local, uma vez que pauta-se no protagonismo das comunidades e na potencialização dos elementos peculiares desta comunidade.

O termo Desenvolvimento Local começa a surgir com mais veemência, sobretudo no âmbito acadêmico e científico, a partir dos idos de 1980, como política pública que visa a promover, em uma dada região, o dinamismo econômico em conjunto com um incremento na qualidade de vida da população. Como o próprio termo sugere, é protagonizado em escala local, ou seja, pauta-se na or-

ganização dos indivíduos de uma dada localidade para, juntos, fomentarem as potencialidades da mesma. Desta feita, diz-se que é um processo de desenvolvimento endógeno, ou seja, parte do local para o global, e não em sentido inverso, como sempre ocorria até então.

É importante salientar que a definição de desenvolvimento local, muito embora incorpore princípios humanistas, é diferente da concepção de desenvolvimento humano, uma vez que engloba características integrativas que visam ao protagonismo da comunidade, como um todo, em detrimento do simples combate à formas de pobreza, isoladamente, conforme se tipifica o desenvolvimento humano. Porém, o conceito genérico de desenvolvimento local pode ser introduzido para diferentes cortes territoriais. Assim, o desenvolvimento municipal, por exemplo, é uma forma do desenvolvimento local, caracterizado por uma delimitação geográfica fruto de uma divisão político-administrativa do território.

No Brasil, verifica-se que, sob uma perspectiva histórica, os estudos que enfocam o protagonismo do local começam a ganhar destaque durante a formulação da Constituição Federal de 1988, período em que se iniciam reflexões sobre descentralização de políticas públicas, poder da localidade, necessidade de integração de projetos sociais e econômicos que beneficiem a maioria da população e, também, a construção de um projeto político que promova o verdadeiro desenvolvimento humano.

Conforme Ávila (2000), isso implica no desabrochamento das capacidades, competências e habilidades de uma comunidade, no sentido de ela mesma, com colaboração de agentes externos e internos, se tornar apta a agenciar e gerenciar os seus potenciais visando a solucionar seus problemas, necessidades e aspirações.

De acordo com Benevides (1999), correlacionando o tema do desenvolvimento local com a atividade turística, são cinco os objetivos que permeiam as propostas de desenvolvimento local por intermédio do turismo. Dentre eles estão: a preservação e conservação ambiental, identidade cultural, geração de ocupações produtivas e de renda, desenvolvimento participativo e qualidade de vida.

Assim sendo, vê-se no turismo um mecanismo efetivo para a prática de desenvolvimento local aliado à preservação, tanto de patrimônios naturais e culturais quanto de valorização da identidade. Contudo, essa não deve ser a única fonte de renda de uma determinada comunidade. Deve sim, ser vinculada a outras atividades econômicas já existentes para que, juntas, possam promover melhorias ao local.

Pensou-se, no âmbito deste trabalho, em analisar as possibilidades de inserção dos pescadores artesanais urbanos da cidade de Corumbá na atividade do turismo em face dos anseios destes indivíduos por melhores rendas e do conhecimento popular que têm acerca dos atrativos turísticos da localidade, que é tipificada pelo

pantanal e pelos vastos rios piscosos que apresenta, o que atrai turistas de todos os cantos do país e do mundo.

Ademais, face ao exposto supracitadamente, denota-se que o turismo aliado ao desenvolvimento local tem como uma de suas tônicas a preservação dos recursos naturais e humanos da localidade, o que lhe confere sustentabilidade na gestão dos recursos de que dispõe.

Para se ter uma idéia da acessibilidade dos pescadores quanto à atividade turística, dos 159 indivíduos pesquisados nos anos de 2007 e 2008, 72% deles (ou seja, 115 pescadores) gostariam de participar de cursos de capacitação para trabalhar com a atividade turística, que, para 55% deles (ou 88 pescadores) representa fonte de renda.

Assim sendo, há que se analisar de forma mais detida as possibilidades de organização dos pescadores em consonância com os empreendimentos de economia solidária já consolidados em

Corumbá, com o escopo de se depurar mecanismos que visem a incorporação dos pescadores artesanais na atividade turística, com os demais benefícios advindos de tal movimento.

Empreendimentos de Economia Solidária da Cidade de Corumbá e o Grupo de Pescadores Artesanais Urbanos

Conforme determinado nos procedimentos metodológicos, houve a seleção de alguns projetos de economia solidária da cidade de Corumbá que seriam visitados, bem como dos gestores que seriam entrevistados para que se conseguissem os dados imprescindíveis ao delineamento, mesmo que superficial, das ações desenvolvidas por cada empreendimento. Desta feita, arrolaram-se quatro projetos, quais sejam: a Organização Não-governamental Instituto Homem Pantaneiro; a Associação de Mulheres Organizadas Reciclando o Peixe; a Associação Não-governamental Casa do Massabarro e o Projeto Social Ladrilho-Hidráulico.

Ambos os projetos são tipificados como empreendimentos de economia solidária uma vez que, cada qual com sua característica peculiar, visam a atender aos anseios dos indivíduos moradores da cidade de Corumbá e adjacências, que fica distante 434 quilômetros de Campo Grande, capital do estado de Mato Grosso do Sul, e carece de certas infra-estruturas não comumente disponíveis em cidades interioranas, como museus, cinema e empregos no setor de serviços, que é limitado, uma vez que a cidade embasa-se, economicamente, no setor primário.

Não obstante, por localizar-se na fronteira entre Brasil, Paraguai e Bolívia, Corumbá apresenta grupos sociais os mais variados possíveis, originados pelas migrações de povos de ambas as localidades citadas, com culturas extremamente distintas. Ademais, há outros grupos, como o de pescadores artesanais urbanos, que,

assim como boa parte da população da cidade, apresenta baixa renda, o que constitui campo fértil para iniciativas de fomento de projetos de economia solidária e, assim sendo, perfazem os sujeitos da presente pesquisa.

No que tange à caracterização dos empreendimentos estudados, O Instituto Homem Pantaneiro – IHP – é uma organização não-governamental, sem fins lucrativos, que tem como missão promover o desenvolvimento sustentável do pantanal por meio de ações que conservem os capitais natural, social, cultural e histórico. Para cumprir sua missão, o IHP promove ações nas áreas de desenvolvimento sócio-cultural; histórico-cultural; meio ambiente e desenvolvimento de base, com o auxílio técnico e financeiro da Vale, do Ministério da Cultura, da Orquestra Sinfônica Brasileira, e demais parceiros em projetos específicos.

Dentro do programa de desenvolvimento sócio-cultural do IHP, foi criada, em 2005, a escola de artes Moinho Cultural Sul-Americano, que tem como escopo fornecer às crianças brasileiras e bolivianas aulas de dança, música e línguas. Ao final de 8 anos, que é o ciclo pedagógico estipulado, os participantes do projeto são considerados bailarinos ou musicistas, uma vez que recebem o devido certificado comprobatório das atividades que desenvolveram. Assim sendo, o projeto, além de fornecer base cultural aos indivíduos, os profissionaliza para que concorram para a geração de sua própria renda, sozinhos.

Além disso, o IHP fomenta outros projetos, como o Vale Informática, que proporciona à comunidade aulas de informática e cidadania; o Ponto de Cultura, que fornece aulas de gastronomia, corte e costura para os indivíduos em geral; a Casa Brasil, que é um espaço comunitário que privilegia a formação e a capacitação em tecnologia aliada à cultura, arte, entretenimento e participação popular; além do projeto Ecodesenvolvimento, que contribui para o despertar de novas competências dos pescadores artesanais da cidade, de forma que os mesmos possam organizar-se e contribuir para a melhoria de sua situação econômica e social.

Nos dizeres do entrevistado G1, gestor do IHP: “O Instituto Homem Pantaneiro, mesmo com suas dificuldades que lhe são recorrentes, concorre de forma ímpar para a preservação histórica e cultural do pantanal de Corumbá. Assim, fomenta a constituição de uma identidade local, que englobe o ecossistema pantaneiro e a sua gente que lhe é peculiar.”

Já a Associação de Mulheres Organizadas Reciclando o Peixe é uma entidade social e ambiental, fundada em 2003, que produz artesanato em couro de peixe a partir do aproveitamento do pescado. Há, nesse ínterim, parcerias com o grupo de pescadores artesanais da localidade, que fornecem o couro do peixe e demais subprodutos essenciais ao funcionamento da associação, que conta com 14 mulheres associadas, as quais são, a grande maioria, esposas de pescadores ou praticantes

da atividade de pesca, diretamente.

A associação em voga conta com o incentivo econômico-técnico da Rio Tinto Mineradora, mas, em sua grande maioria é auto-gerida pelos recursos do trabalho das próprias associadas. De alguns meses até o presente momento, a associação logrou expandir seus meios de divulgação dos trabalhos para locais distantes de Corumbá, o que contribuiu para o incremento das vendas e geração de renda às mulheres do projeto, e consequentemente, divulgou as potencialidades da região.

No que se refere à Associação Não-governamental Casa do Massabarro, ressalte-se que é uma entidade fundada em 1982 e que tem como escopo proporcionar às crianças do bairro Cervejaria, que é um local da cidade de Corumbá tipicamente habitado por pescadores e demais indivíduos de baixa renda, um contato com a arte em cerâmica, de modo que possam dispor de alguma ocupação nos tempos em que não estão na escola e, além disso, profissionalizar-se em algo que lhe possa gerar renda.

A Casa do Massabarro, como se pôde constatar na observação participante, carece de infra-estrutura física para atender aos garotos que participam do projeto, e, além disso, necessita de acompanhamento psico-pedagógico aos participantes, de modo a auxiliá-los em suas necessidades mais urgentes, cumprindo assim o fim social que a casa se destina a perseguir. Não obstante, dos projetos analisados, este é o que apresenta poucas parcerias para desenvolver suas ações, de modo que sustenta-se com a renda proveniente do artesanato fabricado e vendido.

Por fim, o Projeto Social Ladrilho-Hidráulico é uma cooperativa que visa a fabricar, artesanalmente, ladrilhos, de modo que, com a venda dos materiais produzidos, há um incremento na renda dos cooperados. De tempos em tempos, há uma espécie de curso preparatório de ‘ladrilheiros’ que tem como objetivo ministrar aulas à jovens de baixa renda da cidade de Corumbá e adjacências para inseri-los na prática de produção de ladrilhos artesanais.

O projeto supracitado recebe o apoio econômico-técnico do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN, que também demanda os materiais produzidos para que sejam utilizados, muitas vezes, em restaurações de prédios arquitetônicos antigos. Via de regra, os alunos que se identificarem com o curso preparatório são inseridos na cooperativa e já passam a trabalhar em prol da geração de renda mútua decorrente desta forma de organização.

Em suma, os projetos supracitados possuem uma forma de organização já consolidada na cidade de Corumbá, de modo que contribuem, cada qual com sua parcela de importância, para minorar os problemas sociais da localidade, que são grandes, sobretudo no que tange à disparidade de renda entre os indivíduos.

Logo, são ações que visam ao desenvolvimento do local, tanto com o fomento das potencialidades turísticas e culturais da região, quanto com o atendimento dos anseios diversos dos indivíduos.

Conclusões

Corumbá é uma cidade em que, dadas as suas especificidades naturais e locais, observa-se a manifestação de representações culturais as mais variadas possíveis, que vão desde a culinária ao sotaque sob o qual as pessoas falam. Parte deste fervor cultural é proveniente do fato de que a localidade é limítrofe com dois países distintos (Paraguai e Bolívia), sendo que pessoas de ambas os lugares transitam livremente de uma área para outra carregando consigo suas características, contribuindo, neste ínterim, para o turbilhão de culturas e hábitos que é a região em voga.

Não obstante, há grupos que têm suas origens aliçadas na região de Corumbá, como o de pescadores profissionais artesanais, que vêm-se intimamente ligados aos recursos naturais da região e à piscosidade do rio Paraguai, que a circunda. Mesmo assim, são pessoas que também manifestam suas tradições culturais, as quais estão intimamente atreladas à atividade que praticam, de modo que esta questão carece de ser respeitada, ao contrário do que se vem observando há algum tempo, principalmente pelas atividades desenvolvidas pelo turismo de pesca.

Via de regra, o grupo de pescadores artesanais urbanos é constituído por número expressivo de indivíduos que apresentam baixa renda e condições sociais precárias de vivência, uma vez que o pescado proveniente desta atividade pouco mecanizada apresenta baixo valor agregado, de modo que há a emergência de iniciativas que visem a atender aos anseios desse contingente de pessoas, tanto econômicos quanto humanos.

Nesse viés é que entram os empreendimentos de economia solidária, que apresentam campo fértil para implementação de ações em Corumbá, face ao grande número de grupos de baixa renda que há na cidade. Tais projetos são importantes meios de fomento a iniciativas de desenvolvimento local, uma vez que incitam a formação de laços de identidade entre os atores de uma dada comunidade, que, mediante incentivos, devem se tornar aptos a agenciar e gerenciar os recursos de que dispõem, sejam naturais, humanos ou locais.

No caso específico dos pescadores artesanais urbanos, face aos conflitos que eles têm em seu próprio meio, há a emergência da constituição de um grupo coeso, que pode originar-se mediante a identificação de um líder nato, perspicaz e comprometido com os anseios do grupo, de modo que uma cooperativa seja estruturada e gerida para que os pescadores não mais passem a depender dos atravessadores para escoar suas produções.

Ademais, há a emergência de ações que tenham como escopo agregar valor ao produto dos pescadores. Nesse sentido, uma proposta interessante são as ações do projeto de economia solidária ecodesenvolvimento, do Instituto Homem Pantaneiro, que há algum tempo vêm implementando algumas propostas, como oficinas de artesanato e culinária, para que pescadores e famílias de pescadores tenham alternativas de geração de renda, sobretudo em época de piracema. Ademais, há o fator 'agregação de conhecimento' aos indivíduos, o que é extremamente importante na constituição de capital humano na comunidade.

Ademais, há a possibilidade de fomento de uma gama maior de produtos a serem utilizados pelo Projeto Amor Peixe que, como visto, produz artesanatos mediante a utilização do couro do pescado. Os pescadores, mediante capacitações técnicas em culinária e artesanato promovidos pelo projeto ecodesenvolvimento, poderiam atuar neste projeto em concomitância com os demais existentes, de modo a incluir no calendário da cidade um festival de mostra de artesanatos tendo como base os subprodutos do pescado e divulgando, na mesma oportunidade, a gastronomia da região, que é vastíssima e tem no peixe um de seus principais ingredientes. Nesse viés, há que se almejar a produção de bens ecologicamente corretos, que é uma das demandas atuais.

Não obstante, no que tange ao projeto social Ladrilho Hidráulico, ressalte-se que é um meio indelével de profissionalização e agregação de conhecimento aos filhos dos pescadores, que constituem considerável número dentre os alunos integrantes das oficinas de 'ladrilheiros'. Esta iniciativa é, pois, importante, uma vez que visa a dar novas possibilidades de ocupação às novas gerações, dado que muitos adolescentes não tencionam seguir a profissão dos pais na pesca artesanal, principalmente por julgarem ser um serviço desgastante e mal-remunerado.

A Casa do Massabarro, por seu turno, carece de melhor atenção por parte, sobretudo, do poder público e da sociedade civil, uma vez que são escassos os recursos que lá aportam e, ademais, a casa sobrevive com a renda dos próprios associados. Poderiam, nesse ínterim, ser incitadas iniciativas que visem a divulgar os trabalhos produzidos (que são conhecidos majoritariamente no âmbito local) e diversificar os mesmos, fato este que poderia ter nos subprodutos de peixe alguma matéria-prima para prováveis criações.

Quanto ao turismo, os pescadores artesanais urbanos poderiam receber cursos de capacitação (como os que o SEBRAE comumente promove) para que possam atuar, em períodos de piracema por exemplo, como guias de pesca e/ou guias turísticos urbanos, uma vez que é vasto o seu conhecimento acerca das especificidades locais, que pode configurar-se como um atrativo turístico.

Ademais, pode-se incitar os turistas a acompanharem

rem a lide diária dos pescadores, uma vez que é crescente a demanda pelo turismo nessa configuração, onde os hábitos culturais típicos são atrativos importantes.

Por fim, vale citar que as alternativas citadas, que visam a relacionar os anseios dos grupos de pescadores com as atividades dos empreendimentos de economia solidária, só serão possíveis a partir do momento em que os próprios pescadores, por iniciativa endógena, comecem a se organizar e garantir representatividade, por intermédio da constituição de um grupo coeso e unido, para clamar por melhorias em suas condições de vida.

Ressalte-se que aqui não se faz alusão ao abandono, por parte dos pescadores, de suas atividades de pesca. Muito pelo contrário. Propõem-se algumas medidas que têm como objetivo incrementar a sua renda e garantir-lhes suas necessidades sociais, de modo que a pesca deve até ser incentivada por tratar-se de uma manifestação cultural que sobrevive há tempos.

Essa é, em suma, a tônica do desenvolvimento local, que prevê a relevância da localidade pelos próprios atores que nela estabelecem relações de poder. O segredo está na construção de sinergias comuns entre os indivíduos e não em iniciativas segregacionistas, conforme se pautou o desenvolvimento até então. Os empreendimentos de economia solidária, nesse viés, são de ímpar relevância, uma vez que se prestam a essas questões.

Bibliografia

- Ander-Egg, E.
1980. Metodologia y Practica del Desarrollo de la Comunidad. 10ª ed. Tarragona: Editorial Universitária Européia.
- Avila, V. F.
2000. Formação educacional em desenvolvimento local: relato de estudo em grupos e análise de conceitos. Campo Grande: UCDB.
- Benevides, I.
1999. Para uma agenda de discussão do turismo como fator do desenvolvimento local. In: Rodrigues, A. B. (org.). Turismo e desenvolvimento local. São Paulo: HUCITEC.
- Cooper, D.R.; Schindler, P.S.
2003. Métodos de pesquisa em administração. Porto Alegre: Bookman.
- Coriolano, L. N. M. T.
2008. O Turismo Comunitário e a Economia Solidária no Ceará. Anais do II Seminário Internacional de Turismo. Fortaleza..
- Mariani, M.A.P.; Arruda, D.O.
2009: 1-19. Empreendimentos de Economia Solidária da Cidade de Corumbá/MS e suas Relações com o Grupo de Pescadores Artesanais Urbanos, com vistas ao Desenvolvimento Local. EBAPE/FGV: Revista Acadêmica OIT, 4(2).
- Organização Mundial Do Turismo.
2003. Turismo internacional: uma perspectiva global. 2. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Raffestin, C.
1993. O que é território. In: Raffestin, Claude. Por uma geografia do poder. São Paulo: Ática. Pp. 143-163
- Santos, M.
1996 O retorno do território. In: Santos, Milton; SOUZA, Maria Adélia A.; SILVEIRA, Maria Laura. (org's). Pp. 15-20 Território: globalização e fragmentação. São Paulo: HUCITEC, 3ª ed.
- Souza, D.N.
2008. Reestruturação capitalista e trabalho: notas críticas acerca da economia solidária. Revista Katál, 11(1): 53-60
- Vergara, S. C. 2009. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- Zapata, T.
2006 Estratégias de desenvolvimento local. São Paulo: Coordenadoria de Assistência Técnica do Governo do Estado de São Paulo. Disponível em: <http://www.cati.sp.gov.br/novacati/pemh/doc_pub/Estrategias%20de%20Desenvolvimento%20Local.pdf>. Acesso em 25 de março de 2009.
- Yin, R.K.
2005. Estudo de caso: planejamento e métodos. 3.ed. Porto Alegre: Bookman.

NOTAS

- 1 Este trabalho contou com o auxílio institucional da Fundação de Apoio ao Desenvolvimento do Ensino, Ciência e Tecnologia do Estado de Mato Grosso do Sul – FUNDECT/MS/Brasil.
- 2 Dentro dos esclarecimentos que este trabalho se presta a fazer acerca da temática da economia solidária e desenvolvimento local, a expressão *in loco* é sinônimo de “na localidade”.
- 3 Organização Mundial do Turismo – OMT.

Recibido: 20/09/09
Reenviado: 07/03/11
Aceptado: 12/06/11
Sometido a evaluación por pares anónimos

Reconhecimento da identidade gastronômica dos imigrantes alemães no município de Águas Mornas – Santa Catarina: bases para o fortalecimento do turismo local

Emanoelle Nazareth Fogaça Marcosⁱ
Berenice Giehl Zanetti von Dentzⁱⁱ

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (Brasil)

Resumo: Águas Mornas é uma cidade catarinense com 93% de descendentes de alemães. É conhecida por suas belezas naturais e águas termais, mas pouco se conhece de sua gastronomia. Este estudo objetivou reconhecer a identidade gastronômica local para fortalecê-la. Foram realizadas 8 entrevistas semi-estruturadas com antigos descendentes de imigrantes, pelo método da História Oral. As entrevistas foram transcritas na íntegra, para análise qualitativa dos discursos sobre histórias de vida e receitas de família. Os resultados mostram receitas típicas da gastronomia alemã, aprendidas com mães ou avós, havendo raras alterações de ingredientes e modos de preparo. No entanto, as receitas não vêm sendo repassadas às atuais gerações e isso pode comprometer a cultura gastronômica. São necessárias medidas de intervenção local para evitar que esta herança cultural se perca.

Palavras-chave: Gastronomia; Imigrantes alemães; História oral; Turismo gastronômico; Identidade; Memória.

Title: Gastronomic identity recognition of German immigrants in Águas Mornas city - Santa Catarina: basis for strengthening local tourism

Abstract: In Santa Catarina, Águas Mornas city has 93% of German immigrants in its population. Is a city known for its natural beauty and thermal waters but little is known about the local gastronomy. The objective of this study was to recognize the local gastronomic identity to strengthen it. Eight semi-structured interviews were performed with the old descendants, through the Oral Story method. The interviews were fully transcribed for qualitative analysis of the speeches focused on life stories and family recipes. Results show typical recipes from the German gastronomy, learned with mothers or grandmothers with few changes of ingredients and the method of preparation. However these recipes are not been passed to the currents generations and this can compromise the gastronomic culture. A local intervention is necessary to avoid the lost of this legacy.

Keywords: Gastronomy; German immigrants; Oral story; Gastronomic tourism; Identity; Memory.

ⁱ Mestre em Nutrição; professora de Nutrição do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IF-SC). E-mail: manu@ifsc.edu.br

ⁱⁱ Especialista em Biossegurança. Mestranda em Turismo; professora de Panificação e Confeitaria do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IF-SC). E-mail: berenicez@ifsc.edu.br

Introdução

Santa Catarina é um estado com aproximadamente 35% de colonização alemã. Destacam-se, como cidades que sofreram grande influência germânica, os municípios de Pomerode, Blumenau, Joinville, Brusque e Gaspar. A gastronomia alemã tem forte presença nestas cidades e é bastante apreciada por turistas que vêm em busca de pratos típicos como o eisbein (joelho de porco), marreco recheado com repolho roxo e os famosos doces alemães.

Em diversas localidades do Brasil - mas em especial na Região Sul - são evidentes as marcas dos imigrantes alemães. O estado de Santa Catarina é considerado o mais alemão do Brasil (Santa Catarina, 2009). Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Águas Mornas é uma cidade composta por 93% de descendentes de alemães (IBGE, 2001). Sua colonização iniciou-se em 1837, com a fundação da Colônia de Vargem Grande, composta por 44 colonos - sendo 43 alemães e um dinamarquês - vindos da colônia de São Pedro de Alcântara, fundada em 1829. Com a posterior fundação de outras duas colônias, surgiram povoados como o de Caldas do Norte que, mais tarde, devido à existência de duas fontes de águas quentes, recebeu a nomenclatura de Águas Mornas, tornando-se município no ano de 1961.

Os costumes e tradições mantidos pelos descendentes dos imigrantes alemães fazem com que a localidade seja conhecida em todo o Estado de Santa Catarina (prefeitura de Águas Mornas, 2011). No entanto, apesar das autoridades locais e da comunidade mostrarem-se interessadas em investir no turismo - por considerarem que este pode contribuir para melhorar a qualidade de vida da população - a gastronomia local ainda não constitui um atrativo, faltando iniciativas que possam incentivar a inclusão deste patrimônio cultural na busca pelos turistas.

A gastronomia é parte integrante da cultura de um povo e as diferentes sociedades, em cada época da história, manifestaram sua maneira de ser, também, através dela (Franco, 2004). Para Leal (1998), a gastronomia é um traço marcante da cultura de um povo e resulta de características físicas do local, de sua formação étnica, de suas crenças e políticas. Atualmente, a gastronomia tem se firmado como um grande atrativo turístico. Entende-se aqui a gastronomia conforme Savarin (1995), que a define como "o conhecimento fundamentado em tudo o que se refere ao homem, na medida em que ele se alimenta, tendo como objetivo zelar pela conservação deste, por meio da melhor alimentação possível".

De acordo com Barreto (2001), a gastronomia de um povo traduz toda uma herança cultural que se prende

a fatores como o clima, a situação geográfica, as especificidades dos solos, a história, a situação político-social da região e do mundo em diferentes épocas. Foram os recursos disponíveis na época que "ditaram" a possível combinação de matérias-primas, sua confecção e métodos de conservação que originaram todo o manancial de receitas tradicionais.

Durante visitas realizadas no município de Águas Mornas, observou-se, entretanto, que muitos dos descendentes que fabricam produtos de confeitaria já não o fazem como suas mães ou avós faziam, modificando alguns ingredientes e técnicas de preparo originais. Também se observou que os produtos são apreciados na família, mas os filhos e netos parecem não conhecer integralmente a receita, o que leva a crer que não esteja mais existindo o costume de repassar a cultura gastronômica dos colonizadores. Isso aponta para uma alteração da herança cultural e gastronômica dos antepassados que, desta forma, corre o risco de perder-se com o tempo.

O tema alimentação tem despertado o interesse de pesquisadores de diversas áreas do conhecimento. Isso se deve principalmente ao fato de a alimentação apresentar interfaces variadas, entre elas a cultural, que traduz costumes, rituais e comportamentos. Cientes da importância da cultura gastronômica de um povo e, considerando ainda, a falta de ingredientes originais, o transcorrer do tempo, a passagem de receitas de uma geração a outra, dentre outros fatores, este estudo objetivou reconhecer a identidade gastronômica do município de Águas Mornas, com enfoque inicial em produtos de confeitaria, contribuindo para o seu fortalecimento e definindo as bases iniciais para o turismo gastronômico na região. Este artigo reflete a primeira etapa do estudo que, tendo sido desenvolvido em 2008, estimulou a construção de um projeto maior, dando continuidade aos trabalhos na região, e tornando-se tema de dissertação de mestrado de uma das pesquisadoras.

Métodos

O caminho do estudo

Esta pesquisa classifica-se como qualitativa, de caráter teórico-empírico, baseada na experiência (Schreiber, 2006) e foi realizada no ano de 2008.

O trabalho teve início com uma visita das pesquisadoras ao município de Águas Mornas, acompanhadas do engenheiro agrônomo Cícero Luiz Brasil, que trabalha na Epagri 1 do município, desenvolvendo projetos há algum tempo na região, e por esta razão, possui grande conhecimento do local e das famílias. Ao entrar em contato com a comunidade, foi iniciado o estabelecimento de um vínculo, que se consolidou através de visitas

e conversas. A proposta do estudo foi posteriormente apresentada para um grupo de senhoras, durante uma reunião do Grupo de Idosas. Nesta ocasião, houve grande receptividade ao projeto por parte das moradoras e muitas delas já se propuseram a marcar datas para serem visitadas e entrevistadas.

A coleta de dados foi realizada através de entrevistas, como forma de identificar as formulações culinárias desenvolvidas por descendentes de imigrantes alemães no município de Águas Mornas e suas histórias de vida. Foram também realizadas observações diretas e as entrevistas foram gravadas. Em cada visita, o entrevistado escolhia uma receita típica da

confeitaria alemã para preparar enquanto falava de sua história de vida (Rauen, 2006). As entrevistas seguiram um roteiro semi-estruturado de perguntas que não obedeciam uma ordem, mas ajudaram a dar um direcionamento à conversa, mantendo a linha do tema gastronomia e histórias de vida. Foram utilizados relatos e arquivos pessoais sobre o passado para o estudo do tema. Buscou-se levantar informações principalmente sobre os produtos de confeitaria – biscoitos, bolos, geléias, sonhos entre outros – preparados por alguns descendentes de imigrantes alemães que colonizaram o município de Águas Mornas.

Para a realização das entrevistas foi utilizada a metodologia da História Oral, introduzida no Brasil na década de 1970 e que consiste na realização de entrevistas gravadas com pessoas que podem testemunhar sobre acontecimentos, conjunturas, instituições, modos de vida ou outros aspectos da história contemporânea. Nesta metodologia, as entrevistas são tomadas como fontes para a compreensão do passado, ao lado de documentos escritos, imagens e outros tipos de registro (Meihy, 2005).

Um estudo piloto foi realizado com uma das moradoras da comunidade, tendo por objetivo identificar possíveis aprimoramentos à metodologia proposta, especialmente com relação ao roteiro de entrevistas. Após ajustes no roteiro, teve início o trabalho de campo com os agendamentos das visitas e a realização das entrevistas.

Durante a coleta de materiais realizada com os descendentes dos imigrantes alemães, foi proposto que cada participante escolhesse um prato a ser preparado no dia da visita das pesquisadoras. Os entrevistados tinham a liberdade de escolher a receita, mas as pesquisadoras solicitaram que a escolha fosse feita pensando-se em uma receita que tivesse sido repassada por alguém da família e que fizesse parte da história de vida da mesma.

Estes eram momentos peculiares do estudo, pois era

possível perceber a emoção dos entrevistados apenas ao mencionar o assunto. Impressionava observar o quanto a comida despertava boas lembranças: de momentos festivos e de pessoas queridas, que já se foram, dentre outros motivos que eram verbalizados espontaneamente pelas próprias pessoas. Essa emoção geralmente seguia-se de um grande entusiasmo pelo momento de mostrar a receita às pesquisadoras. Percebia-se que o dia da entrevista era aguardado com ansiedade e alegria, pois significava o momento de mostrarem com orgulho um pouco de sua história.

Ao refletir sobre o tema, observamos que o alimento não é simplesmente um objeto nutritivo que permite saciar a fome, mas algo que também apresenta um significado simbólico em uma determinada sociedade. Partindo de elementos similares, diferentes culturas preparam sua alimentação de diversas formas. Essa variedade no preparo dos pratos está condicionada pelos valores culturais e códigos sociais a partir dos quais as pessoas se desenvolvem (Schlüter, 2003). É com a alimentação que se observa a diversidade de culturas e tudo aquilo que contribui para demonstrar a identidade de cada povo (Flandrin & Montanari, 1998).

Apesar de não haver indicação das pesquisadoras para uma ou outra receita, não houve repetição, ou seja, cada um dos entrevistados propôs-se a demonstrar uma preparação diferente. Talvez isso seja reflexo da diversidade gastronômica presente no município, que possui uma rica variedade de preparações possíveis de serem ofertadas ao turista que tenha interesse em conhecer a região.

Por uma questão ética, os entrevistados aparecem representados por iniciais que vêm logo após a receita. As receitas escolhidas foram: Bolacha d'água (O), Vafle 2 (Z), Santa Fé (R), Rosca de Polvilho (T), Cuca de Farofa (cuca alemã) (N), Toucinho do Céu ("klétch") (M), Nego Deitado (L1) e Pão de Banana (L2).

O projeto de pesquisa foi submetido ao Comitê de Ética na Pesquisa em Seres Humanos (CEPHU) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) tendo sido aprovado sob protocolo número 152/08. Foi definido como critério de aceitação a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) - constante do processo de submissão ao CEPHU. O TCLE foi explicitado a todos os entrevistados e estes, após concordância, assinaram-no consentindo em participar da pesquisa.

O grupo estudado

A população do estudo foi composta por descendentes de imigrantes alemães residentes no município de Águas Mornas e em colônias vizinhas. Através de contatos

realizados com representantes da comunidade e da Prefeitura, foi possível identificar os mais antigos dentre estes descendentes de imigrantes, que pudessem contribuir com informações referentes à elaboração de produtos de confeitaria. Estes representantes da comunidade também estiveram envolvidos na pesquisa, auxiliando no contato com as pessoas-chave para a obtenção das informações necessárias ao estudo, bem como na localização das residências das mesmas.

Esta veia hospitaleira é característica do povo de Águas Mornas. Toda a receptividade demonstrada pelos moradores contribuiu para a formação de um vínculo entre as pesquisadoras e a comunidade, o que é essencial para o bom andamento do estudo. A cada visita realizada, a cada conversa, a cada entrevista, o vínculo ia se fortalecendo e, os entrevistados sentiam-se à vontade para falar de sua história. Sem dúvida esse vínculo foi essencial para a qualidade dos dados ou materiais coletados.

O tamanho final da amostra foi definido após a aplicação dos critérios de aceitação por parte dos oito moradores inicialmente identificados.

O trabalho foi realizado com um grupo de oito pessoas, sendo sete mulheres e um homem, com idade média de 57 anos (DP = 22), casados e com filhos. A ocupação mais relatada foi a de dona-de-casa, mas também havia dois cozinheiros.

Todos os entrevistados eram bisnetos de imigrantes alemães, ou seja, da terceira geração de descendentes, nascidos em Águas Mornas na década de 1950. Seus bisavós vieram de outras localidades a fim de constituir família e a maioria trabalhava com agricultura de subsistência, que era a atividade mais comum na época. Seus pais e avós, da mesma forma, trabalharam na “roça”, com o diferencial de estarem também envolvidos com a compra e venda dos excedentes da produção agrícola. No início da colonização o comércio era feito no nível de troca: o colono deixava parte de sua produção na venda e levava outros produtos para casa. Entre eles esta prática era chamada de Trok.

O plantio envolvia principalmente o milho, fartamente citado pelos entrevistados. No entanto, conforme Schreiber (2006), o primeiro contato dos imigrantes foi com o aipim, uma raiz inicialmente estranha, mas que tornou-se uma opção, na falta da batata. O aipim também aparece nos relatos, mas com menor intensidade, mais voltado para a produção do pão de aipim. Outras culturas citadas foram feijão, cana-de-açúcar, batata-doce, abóbora e, posteriormente, batata inglesa, da qual eram saudosos.

Achados do estudo

A identidade gastronômica em águas mornas: identificação dos produtos típicos locais

Todos os entrevistados relataram ter aprendido a receita com a mãe ou a avó. Contam ainda, que estas também haviam aprendido com suas mães, como era o costume da época - à exceção de R, que aprendeu a receita com a sogra. Mas, mesmo neste caso, a entrevistada conta que a mãe também costumava preparar a receita e a ensinou, tendo ela ido buscar conhecer a receita da sogra, por preferir a textura do produto preparado por essa.

R: “Essa aqui mesmo eu aprendi com a minha sogra. Que a minha mãe fazia diferente, a da minha mãe ela fica muito escaldada. E essa aqui eu aprendi com a minha sogra, mas... já faz muitos anos que ela morreu (...). A da minha mãe ela ficava muito espinhenta (...) era os mesmo ingrediente, mas só que ela escaldava muito a massa.”

Neste caso, o repasse da cultura gastronômica se deu por duas fontes diferentes, mas da mesma forma, manteve-se o repasse da receita pela mãe, comum na época.

Todas as receitas eram confeccionadas com muito zelo pelos entrevistados, que se mostravam orgulhosos de seu produto. Após o repasse da receita, faziam questão de arrumar a mesa para que o produto preparado pudesse ser degustado juntamente a uma grande variedade de alimentos consumidos na região. Dentre estes alimentos, pode-se citar nata, manteiga, muss (musse), leite, pão de mistura e pão trança. Deve-se fazer especial referência ao schmir (chimia), espécie de geléia onde os pedaços das frutas são visíveis - diferente da muss, onde a geléia é pastosa e não se identificam pedaços da fruta. O schmir pode ser doce, preparado à base de fruta ou salgado, tendo o ovo como ingrediente principal.

Esta grande variedade e fartura de alimentos encontrada nas mesas dos entrevistados refletem a questão de que, uma mesa farta, com grande quantidade e variedade de comidas, representa uma conquista adquirida pelos imigrantes no Novo Mundo. A quantidade de itens na mesa era importante, pois representava seu maior “luxo”. Os colonos sabiam o que era ter passado fome na Europa, então, quanto mais cheia fosse a mesa, maior o prazer (Schreiber, 2006).

Os descendentes de imigrantes alemães nascidos no Brasil mantinham estreitos laços culturais com a Alemanha natal: a língua alemã era falada pela maioria e os hábitos, principalmente alimentares, eram mantidos. As tradições culinárias foram trazidas pelos primeiros

imigrantes, porém, nem todas as receitas que retratam a cultura alemã chegaram imediatamente ao Brasil. Muitos dos ingredientes faltaram num primeiro momento, o que impossibilitava a reprodução das preparações. Mas, aos poucos, as colônias foram se abastecendo, cultivando produtos e criando meios de reproduzir aqui suas receitas com originalidade (Globo, 1993). Na ausência dos ingredientes originais da culinária germânica, os imigrantes que aqui chegaram lançaram mão de uma outra alternativa, valendo-se das adaptações possíveis e do manejo “germanizado” da culinária do país que os recebeu (Silva, 2007).

Conforme já citado, o milho era um ingrediente bastante acessível na época, por ser de fácil cultivo. Portanto, as receitas à base do cereal faziam parte do dia-a-dia. Um bom exemplo disso é a preparação chamada de Nego Deitado que, segundo L1 e L2, era muito comum no café da manhã e da tarde, antes e depois do trabalho na “roça”. Já as receitas à base de farinha de trigo eram reservadas para finais de semana e datas festivas como Páscoa e Natal.

O trigo foi um produto que demorou a chegar à região e sua presença na mesa dos colonos era reduzida. Em função da sua escassez, o imigrante substituiu o trigo pelo milho na elaboração dos pães, mas somente a farinha de milho não resolvia o problema deste povo tão acostumado com uma grande variedade de pães. Com a necessidade de diversificar, começaram a preparar pães de aipim, cará, abóbora e inhame - produtos acessíveis no momento - e que ficaram conhecidos como “pães dos imigrantes” (Schreiber, 2006).

Os hábitos culinários de uma nação não decorrem somente de mero instinto de sobrevivência e da necessidade do homem de se alimentar. São expressão de sua história, geografia, clima, organização social e crenças religiosas. Por isso, as forças que condicionam o gosto ou a repulsa por determinados alimentos diferem de uma sociedade para outra (Franco, 2004). Isso faz a identidade gastronômica de cada povo e de cada localidade. A alimentação dos povos está fortemente ligada à história e às tradições culturais de toda uma comunidade e, por esse motivo, não pode deixar de ser parte integrante da cultura local (Barreto, 2001).

De acordo com Santos (1997) o próprio gosto alimentar surge da fusão entre o cultural e o biológico e, é determinado não apenas por questões econômicas ou ambientais, mas principalmente pelos valores éticos e religiosos, pelos rituais, pela mentalidade, pelo valor das mensagens que se trocam quando os alimentos são consumidos em determinada companhia, pela transmissão inter-geração (de uma geração à outra) e intra-geração (a transmissão vem de fora, passando pela cul-

tura no que diz respeito às tradições e reprodução de condutas) e pela psicologia individual e coletiva que acaba por influir na determinação de todos estes fatores.

O estudo constatou que a maioria dos entrevistados procura manter as receitas originais, como suas mães e avós costumavam preparar, não alterando ingredientes. A exceção foi registrada na tradicional rosca de polvilho, que segundo T, levava originalmente – conforme receita de sua mãe - farinha de milho e hoje, é feita por ela apenas com farinha de trigo. Além disso, T não mais adiciona suco de limão, como sua mãe costumava fazer.

T: “Mudou porque ela costumava colocar o limão ou a laranja azeda – laranja de porco como a gente dizia – mas para mim não dá certo, eu não sei, por isso que eu digo, talvez o polvilho é diferente hoje. O polvilho ele não tem aquele cheiro forte que nem o outro tinha, né. Hoje em dia já é tudo mais rápido, eu penso. Porque se eu colocar aquilo a rosca pra mim ela fica assim oca por dentro, né. Fica aqueles fio duro assim, seco. (...) Eu acho que era pra aumentar, pra dar mais rosca, pra azedar mais o polvilho. Eu não sei qual era o segredo do limão e da laranja pra te dizer, mas eu acho que é isso. A não ser que era pra dá só o gosto... não sei. E essa assim que eu faço assim daí eu boto trigo. E eles botavam o milho, o pirãozinho da farinha de milho ou só o polvilho puro mesmo. Mas eu boto trigo pra ela ficar mais cheinha assim por dentro.”

Apesar de uma ou outra pequena alteração de ingredientes, a essência da receita permanece a mesma, ou seja, a identidade gastronômica está presente, carecendo apenas de uma identificação formal para que possam ser reunidas e registradas. O registro evita que a identidade gastronômica se perca com o tempo, mesmo que o repasse de receitas seja um hábito em desuso.

Com relação aos métodos de preparo, foram percebidas poucas alterações, como por exemplo, no caso do Klétch, receita de M, que antigamente era batido à mão, com auxílio de colher, e hoje é feito no liquidificador.

Outra alteração foi relatada na receita da Cuca alemã de N, que sua mãe assava em forno à lenha, mas que atualmente, ela prefere a praticidade do forno elétrico.

N: “A diferença era só no assar né, que hoje a gente assa no forninho e na época era só forno à lenha, né. Era o forno à lenha, a única coisa que era diferente era isso né. (...) O forno à lenha ela... parece que ela não seca tão ligeiro. Isso é um pouco da diferença, o assar voga muito né. Hoje em dia é só as coisa elétrica – eu tenho um forno à lenha também e às vezes uma

outra coisinha assim eu faço nele.”

Observou-se também, em alguns relatos, a substituição do uso da banha de porco, pela manteiga ou margarina. De acordo com Algranti (2000) a banha era utilizada para diversos fins, até mesmo para a conservação dos alimentos. Pedacos nobres de carne, como o lombo de porco, depois de pré-cozido era mergulhado em banha líquida para ser conservado. Esta é uma técnica muito utilizada pelos franceses, e conhecida como confit, onde pedaços de aves são cozidos na sua própria gordura e posteriormente guardados em conserva.

No entanto, a cozinha não funciona apenas como representação e identidade, ela também pode ser um espaço de desaparecimentos, de perdas e de destruições (SANTOS, 2005), hipóteses que motivaram o início deste estudo e que se confirmaram nas falas dos entrevistados.

L2: “Ah, hoje em dia as moça não querem mais aprender essas coisas. Eu ensinei foi só pra minha nora, porque o meu filho queria comer, mas as minha filha mesmo nenhuma quis saber de aprender.”

O: “Ah, elas querem mesmo é que a mãe faça. As filha vêm aqui domingo e pedem pra eu fazer as coisa que elas gostam, mas aprender mesmo ninguém quis.”

Um dos pressupostos deste estudo foi o fato, inicialmente observado, de que ocorriam alterações nas receitas originais e isso poderia comprometer a identidade gastronômica local. Entretanto, as pequenas alterações relatadas e observadas não estão descaracterizando estas receitas. As mudanças efetuadas são mínimas, permitindo que a receita mantenha sua essência. Por outro lado, uma hipótese que se confirmou durante a realização das entrevistas, foi a de que realmente não é freqüente o repasse destas receitas a filhas, noras e netas. Isto confirma a hipótese de que a herança cultural corre o risco de ser alterada e de perder-se com o tempo, prejudicando a identidade gastronômica local. Acredita-se que identificar e registrar essas receitas possa contribuir para manter a história, tendo em vista que o repasse das mesmas já não é mais um hábito.

Outra percepção importante do estudo foi que existe ainda um caminho a ser percorrido para que seja possível a transformação desses produtos em atrativos turísticos, conforme se apresenta o desejo do município. São aspectos de higiene, apresentação, embalagem, conservação dentre outros relacionados ao marketing, que precisam ser trabalhados antes de serem ofertados

aos turistas (Marcos e Dentz, 2008). Com base nessa informação, uma segunda etapa foi elaborada para dar continuidade ao presente trabalho, buscando agora impulsionar o turismo em Águas Mornas através do aprimoramento da gastronomia tradicional alemã praticada na localidade, sem perder de vista as tradições coloniais.

Trabalhar a tradição como atrativo turístico ajuda a recuperar a memória e a identidade de um local. A identidade gastronômica dos imigrantes de alemães residentes no município de Águas Mornas pode ser considerada um atrativo turístico, e o turismo, por sua vez, é um grande gerador de emprego e renda. A atividade turística aparece atualmente como um fator importante para o desenvolvimento sócio-cultural. Desta forma, nada mais oportuno do que ofertar ao turista a culinária local.

Os hábitos alimentares locais ontem e hoje

Em Águas Mornas, percebeu-se que a gastronomia típica não é formada apenas pela fusão de componentes brasileiros e germânicos, esta formação sofreu influências alemãs, indígenas, açorianas e até mesmo italianas.

Nos primeiros tempos, a colônia era praticamente agrícola e de subsistência, sendo muito sacrificante. O dia de trabalho tinha início antes mesmo de o sol nascer, quando os trabalhadores alimentavam-se rapidamente com um pedaço de pão e café com leite, acompanhado de queijo branco e um doce de fruta. Outros itens muito presentes na mesa dos antepassados eram, principalmente, a rosca de polvilho e o pão de milho, feito com cará, inhame e batata doce. Esses alimentos aparecem nas falas dos entrevistados, que reforçam essas informações:

R: “Nós fomos criados com pão de milho, antigamente durante a semana era só pão de milho, o açúcar era só o vermelho (mascavo), só quando tinha visita é que a gente servia o açúcar branco.”

O: “O pão de trigo mesmo a gente só fazia nos dia de festa, assim no Natal, na Páscoa, ou nos aniversários. Doce também só se fazia nesses dia”.

As restrições foram fortemente sentidas por estes descendentes de imigrantes alemães, e refletiram-se nos cardápios bastante restritos: a carne fresca era consumida apenas duas vezes por ano, geralmente em festas como Natal e Páscoa, ou em ocasiões especiais como casamentos e aniversários, e mesmo assim ainda tinham que prepará-la de maneira que esta tivesse um maior rendimento, como ensopados e picadinhos.

Z: “A carne não era fresca assim como hoje, só tinha carne tipo essa carne seca, porque não dava pra conservar. Um pedaço de carne tinha que render a semana toda”.

Atualmente os cardápios são bem diferenciados, mais fartos e variados. A carne é consumida diariamente, come-se também arroz, feijão, massa e “risoto 3”. O hábito de preparar doces e produtos como cucas, bolos, pães, roscas e biscoitos continua muito presente, mas agora estas produções fazem parte do dia-a-dia, e podem ser elaboradas, segundo os próprios entrevistados, “quando dá vontade” e não apenas nos finais de semana e dias festivos. No entanto, nestes dias estas preparações são fortemente presentes nas mesas dos moradores de Águas Mornas, pois é quando familiares estão reunidos e o consumo destes alimentos é quase que obrigatório, como uma forma de registrar sua marca e, como uma das poucas práticas existentes no sentido de repassar à filhos e netos esta identidade gastronômica.

Hoje, o acesso à comida é mais fácil, e conforme já descrito, a variedade dos cardápios aumentou. Assim, percebe-se como a alimentação está inserida no cotidiano das pessoas e se faz presente em momentos especiais, representando uma forma de identidade e de pertencimento a um grupo social, que se reconhece pelos alimentos que fazem parte de sua história e da memória de seus antepassados.

L1: “Há, hoje a gente faz as comidas quando dá vontade, nos fim de semana quando os filhos vêm é um banquete, têm recheio, empadão, pudim, cuca, toucinho do céu...”

R: “Carne tem que ter todo dia aqui em casa, aí tem dia que eu faço arroz, no outro batata, ou aipim, mas a carne não pode faltar.”

De acordo com Pollak (1992), a memória é seletiva: nem tudo fica gravado, nem tudo fica registrado. Este fato foi percebido durante a realização das entrevistas, quando os participantes sentiam dificuldade de lembrar acontecimentos do passado no que tange às histórias de vida. No entanto, quando se tratava da história alimentar demonstravam grande facilidade em contar os momentos alegres em que determinados pratos eram elaborados, momentos de reunião da família em torno do preparo do alimento, que eram relatados com grande felicidade e nostalgia, fazendo com que as histórias de vida fossem rebuscadas na memória e surgissem nas entrelinhas dos relatos sobre os hábitos alimentares.

L1: “Na época do Natal a gente fazia muito biscoito, aqueles pintadinhos. A gente fazia um monte e guardava dentro das latas pra comer no Natal. Na hora de fazer os biscoitinhos a gente sempre queria estar junto porque a gente gostava de fazer formato de bichinho, bonequinha, todas as crianças se reuniam pra querer fazer os biscoito.”

Enquanto os entrevistados relatavam a receita escolhida, a história da mesma e, a própria história da família, era possível perceber o entusiasmo e o orgulho que sentiam em falar de momentos especiais onde as famílias reuniam-se para o preparo dos alimentos. Assim percebe-se a forte relação deste povo com a cultura e os hábitos alimentares, sendo realmente parte integrante da história de vida de cada um.

Z: “A mãe costumava fazer o “vafla” pro lanche da tarde, nos dias de chuva, a gente adorava aquilo né?”

M: “Ai era uma alegria quando a mãe fazia aquele bolinho branco, bolo de manteiga como eles diziam (...) nossa parece que até hoje ou lembro do cheiro daquele bolo saindo do forno”.

Nem mesmo as dificuldades vivenciadas por seus antepassados no início, como a falta dos ingredientes a que estavam acostumados na terra natal, parecia incomodar ou diminuir o entusiasmo, quando os descendentes entrevistados falavam de suas histórias de vida. Percebe-se que a maior parte das lembranças em relação à alimentação ficou registrada de forma positiva na memória, sendo lembradas com orgulho e saudades.

L1: “Antigamente era tudo assado na lata ou em cima da folha de bananeira ou caeté(...), (...) parece que as coisas tinham um gosto melhor do que hoje (...) hoje tudo tem o mesmo gosto, é muito artificial.”

R: “Quando chegava perto do Natal um vizinho comprava uma saca de farinha e dividia com todos, aí a gente fazia um monte de biscoito, de pão branco, de bolo de manteiga.”

Z: “Eu parece que eu lembro até hoje da mãe e da vó fazendo uns doce e uns bolinho, parece que antes as coisas tinham um gosto ainda melhor, porque a gente esperava o ano inteiro pra poder comer aquilo, era tudo novidade!”

Considerações finais

Este estudo permitiu afirmar que a gastronomia tradicional alemã no município de Águas Mornas vem sendo mantida através dos anos, passando de uma geração a outra com pequenas alterações de ingredientes e modos de preparo. Estas alterações não parecem comprometer a essência das receitas, que mantêm características muito próximas das originais. As principais alterações vêm ocorrendo nos modos de preparo, como a substituição do forno à lenha pelo forno elétrico e o uso do liquidificador para facilitar a mistura de massas antes feitas manualmente.

Outra importante constatação foi a de que o costume de transmitir receitas transgeracionalmente parece estar sendo abandonado. Muitos afirmaram que não há interesse dos filhos em aprender as receitas da família. Considerando o potencial risco de perda da identidade gastronômica desta localidade, ressalta-se aqui a já citada necessidade de intervenção no sentido de evitar que o tradicional saber culinário desapareça com o tempo.

Durante a realização do estudo na região, houve grande receptividade da população em geral, sem exceções. Também se constatou que as visitas propiciaram às pesquisadoras a ampliação do conhecimento da região: cultura, geografia, cultivo e produção de alimentos e gastronomia, o que, ao lado de outros fatores já citados, também motivou a continuidade do estudo com um novo projeto. Sentiu-se a necessidade de ampliar o conhecimento da gastronomia local através de receitas salgadas, que não foram estudadas nessa primeira etapa. Além disso, pretende-se registrar as receitas analisadas e suas respectivas fotos para que sirvam de modelo e incentivo a um futuro trabalho de divulgação do turismo local.

O reconhecimento da identidade gastronômica dos imigrantes alemães no município de Águas Mornas significa, de certa forma, entrar em contato com a cultura e o perfil de um povo. Através dos hábitos alimentares ou dos costumes culinários, cada povo demonstra, não somente seus gostos e aversões, mas também deixa transparecer suas características geográficas, climáticas e de influências sofridas por outros povos.

Através da memória e da manutenção da identidade gastronômica de um povo, surge o turismo com a perspectiva de preservar a cultura e fazer dela um produto com uma demanda específica, pois quem procura esse tipo de turismo busca conhecer o patrimônio cultural de determinada localidade.

As histórias das comunidades locais estão tornando-se um forte atrativo turístico, principalmente quando essas histórias possuem relação com a história da cidade

de de origem do visitante. Os aspectos culturais também são grandes atrativos para o turismo atual, no entanto, sua exploração deve preocupar-se em reduzir os impactos nem sempre desejáveis sofridos pelas populações locais. Neste sentido, a própria gastronomia do local pode ser descaracterizada, pois as alterações ocorridas com a globalização da gastronomia nem sempre são positivas, preocupação que também existe quando a gastronomia é transformada e ofertada como um produto turístico, por isto faz-se necessária a utilização consciente deste bem imaterial.

A gastronomia é uma área que cresce a cada dia e que vêm sofrendo grandes mudanças, despertando o interesse de acadêmicos, profissionais e principalmente da mídia. Ela está intimamente relacionada ao turismo e principalmente à cultura. Mas sabemos que seu desenvolvimento depende do seu reconhecimento como fator importante da cultura de um povo e do empenho dos profissionais da área. Deste modo, sugerem-se novos estudos nessa área, que possam colaborar para um melhor desenvolvimento do turismo local, e juntamente a isto demonstrar a riqueza gastronômica que a localidade possui.

Agradecimentos

À toda população de Águas Mornas, povo hospitaleiro e carinhoso, pelo apoio e disponibilidade em participar deste estudo. Ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC), pelo apoio financeiro e logístico. À Fundação de Amparo à Pesquisa Científica e Tecnológica do Estado de Santa Catarina (FAPESC), pelo apoio financeiro. À coordenadora do grupo de pesquisa Alimentação e Hospitalidade do IFSC, Fabiana Mortimer Amaral, pelas orientações e incentivo.

Bibliografia

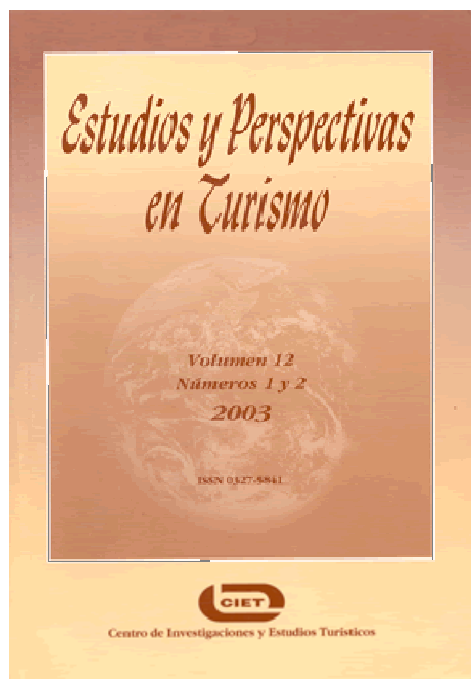
- Algranti, Márcia.
2000 Pequeno Dicionário da Gula. Rio de Janeiro: Record.
- Barreto, Ronaldo L. P.
2001 A Gastronomia e o Turismo - Interfaces da gastronomia. São Paulo: Editora SENAC.
- Franco, Ariovaldo.
2004 De caçador a gourmet: uma história da gastronomia. São Paulo: Editora SENAC.
- Flandrin, Jean-Louis; Montanari, Massimo.
1998 História da alimentação. São Paulo: Estação Liberdade.

- Leal, Maria. L. M. S.
1998 A História da Gastronomia. Rio de Janeiro: Editora SENAC.
- Marcos, E.N.F.; Dentz, B.G.Z.von.
2008 Reconhecimento da identidade gastronômica dos imigrantes alemães no município de Águas Mornas. In: JORNADA CIENTÍFICA DO CEFET-SC UNIDADE CONTINENTE, 2008, Florianópolis. Resumos.
- Meihs, José Carlos S. B.
2005 Manual de história oral. 5ª Ed. São Paulo: Loyola.
Pollak, Michael.
1992 Memória e identidade social. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol. 5, n. 10.
- Rauen, Fábio José.
2006 Roteiros de pesquisa. Rio do Sul: Nova Era.
S/A
1993 O gosto brasileiro. As melhores receitas da cozinha alemã – os segredos da cozinha das nossas avós. São Paulo: Globo.
- Santa Catarina. Secretaria de Estado do Turismo, Cultura e Esporte.
2009 Disponível em: <www.ameosc.org.br>. Acesso em 21 dez. 2009.
- Santos, Carlos Roberto A. dos.
2005 A alimentação e seu lugar na história: os tempos da memória gustativa. História: questões & debates, Curitiba, n. 42. Editora: UFPR.
- Santos, Carlos Roberto A. dos.
1997 Por uma história da alimentação. In: História: questões e debates, Curitiba, v.14, n.26/27, jan/dez..
- Savarin, Brillat.
1995 A fisiologia do gosto. 5ª ed. São Paulo: Companhia das Letras.
- Schlüter, Regina G.
2003 Gastronomia e Turismo. 2ª ed. São Paulo: Aleph.
- Schreiber, Milagros C.J.
2006 UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ. Curso de pós-graduação Stricto sensu em Turismo e Hotelaria – Programa de Mestrado Acadêmico. A gastronomia teuto-brasileira em Blumenau e Pomerode/SC: Como patrimônio cultural e atrativo turístico. Balneário Camboriú. 251 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Vale do Itajaí.
- Silva. Y. F.
2007 Turismo Responsável: transformações das práticas alimentares cotidianas como estratégias de sobrevivência econômica no meio rural. In: Análise, Porto Alegre, v. 18 n. 2p. 90-102 jul./dez 2007.

NOTAS

- 1 Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina.
- 2 Doce preparado à base de leite, ovos, farinha de trigo e açúcar. Com textura semelhante à massa de crepe ou panqueca o vafla é preparado em forma própria, com formato de trevo de quatro folhas.
- 3 Preparação à base de arroz branco, frango cozido e desfiado, temperos e molho de tomate.

Recibido: 23/12/09
Reenviado: 18/05/11
Aceptado: 22/06/11
Sometido a evaluación por pares anónimos



URL: www.cieturisticos.com.ar E-mail: cietcr@sinectis.com.ar

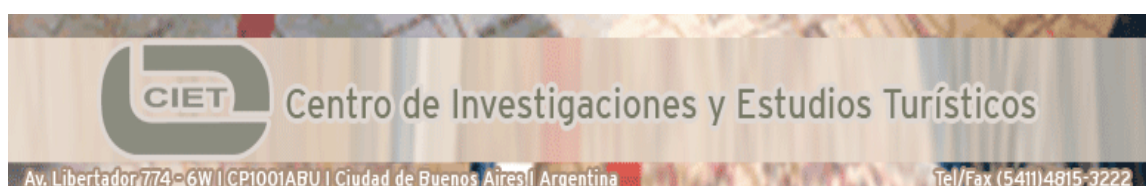
En 1991 el Ciet comenzó a editar la Revista Latinoamericana de Turismo. La misma cambió su denominación al año siguiente por Estudios y Perspectivas en Turismo. Se edita en forma trimestral y estudia al turismo desde la óptica de las ciencias sociales. Constituye un foro interdisciplinario para la expansión de las fronteras del conocimiento del turismo.

Contiene artículos arbitrados anónimamente que versan sobre los variados aspectos del fenómeno turístico: económico, social, geográfico, antropológico, ecológico, psicológico, etc.

Cuenta con artículos de base y con secciones fijas:

- *Crónica de Eventos*, donde se ofrece una síntesis de reuniones tanto de carácter nacional como internacional.
- *Guía de Publicaciones*, brinda una síntesis de los principales libros y revistas vinculados al turismo
- *Reseña de Publicaciones Especializadas*, pensada para dar cabida a comentarios de libros y de revistas que contengan temas relacionados con el turismo.
- *Agenda Turística*, que permite una adecuada planificación para participar de eventos relacionados con el turismo.

Actualmente se encuentra disponible en forma gratuita, los primeros dos números de la Revista Digital del Ciet. Son selecciones de diversos artículos, especialmente escogidos por su interés, de entre números anteriores de la publicación "Estudios y Perspectivas en Turismo". Están editados en formato .pdf lo que permite descargarlos fácilmente y utilizando poca memoria. La puedes encontrar en: www.cieturisticos.com.ar



Reinterpretando o acervo arquitetônico do bairro da Praia Grande através dos lugares de memória

Karoliny Diniz Carvalhoⁱ

Universidade Federal do Maranhão (São Luís - MA, Brasil)

Maria de Lourdes Netto Simõesⁱⁱ

Universidade Estadual de Santa Cruz (Ilhéus- BA, Brasil)

Resumo: O artigo analisa os lugares de memória existentes no bairro da Praia Grande em São Luís, Maranhão, buscando refletir sobre a sua importância na composição da oferta turística da cidade. O estudo parte de uma abordagem qualitativa, relacionando questões sobre espaço urbano, patrimônio cultural e memória. Por meio de entrevistas semi-estruturadas realizadas junto aos moradores, conclui-se que os marcos urbanos da Praia Grande são enunciadores de sentimentos de pertença e identidade e podem se converter em elementos potencializadores do turismo cultural local. Destaca a necessidade de incorporar as diferentes sociabilidades presentes nos espaços materiais e simbólicos onde se realizam as interações sociais no desenvolvimento da atividade turística, de forma a contribuir para a valorização do patrimônio cultural.

Palavras-chave: Patrimônio cultural; Espaço urbano; Lugar de memória; Turismo cultural; Centro histórico de São Luís (Maranhão, Brasil).

Title: Rethinking the architectural richness of the district of Praia Grande through places of memory

Abstract: The paper analyzes the existing places of memory in the district of Praia Grande, São Luís, Maranhão, seeking to reflect on its importance in the composition of the tourist city. The study is a qualitative approach, relating to urban issues, cultural heritage and memory, to analyze the meanings, practices and social relations that involve the dynamics of the district of Praia Grande. Through semi-structured interviews with residents, it is concluded that the landmarks of the Praia Grande are enunciators feelings of belonging and identity and can become elements of cultural tourism boosters site. The study highlights the need to incorporate different sociability present in the material and symbolic spaces where social interactions take place in the development of tourism, to contribute to the enhancement of cultural heritage.

Keywords: Cultural heritage; Urban space; Place of memory; Cultural tourism; Historical center of São Luis (Maranhao, Brazil).

ⁱ Doutoranda em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Mestre em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC). Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Email: karol27_turismo@yahoo.com.br

ⁱⁱ Pós Doutora em Literatura Comparada e Turismo Cultural pela Universidade Nova de Lisboa, Portugal. Doutora em Estudos Portugueses pela mesma universidade. Coordena o Grupo de Pesquisa Identidade Cultural e Expressões Regionais- ICER, na Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC). Email: ticassimoes@uol.com.br

Introdução

Os Centros Históricos podem ser apreendidos não apenas como a síntese de processos sociais e culturais, de traços remanescentes de um passado compartilhado pelo agrupamento social; devem ser considerados, também, enquanto símbolo revelador de práticas cotidianas, do conagraçamento popular e entrelaçamento de vivências coletivas, festas, rituais e outros mecanismos de reposição de uma memória e de uma identidade em permanente processo de transformação.

Todos esses símbolos são identificados pelos moradores e integram um conjunto de referências que permitem aos habitantes de um dado espaço geográfico torná-lo significativo, transformando-o em lugar antropológico. Assim, pensar a cidade enquanto representação social equivale a identificar as nuances das práticas sociais dos atores locais nos seus espaços de vivência, na medida em que ela se constitui em materialidade, de legados culturais, construtos de heranças compartilhadas pelos grupos sociais traduzidas em símbolos e significados conferidos ao longo dos processos históricos.

O patrimônio cultural está intrinsecamente relacionado às vivências de uma comunidade e estas interconectadas ao bairro, ao centro histórico, à cidade. Nesse sentido, os espaços urbanos contêm em si referências para determinado grupo social na medida em que se reveste de valores simbólicos, memorial, que remete às diferentes histórias, memórias e identidades locais. Há ligação entre a coletividade e o lugar, onde os saberes e fazeres comunitários continuam sendo apreendidos e ressignificados.

O patrimônio cultural interage com o momento presente, sendo então referencial histórico e identitário e suporte das manifestações culturais e da vida cotidiana. Nessa perspectiva, que insere um conjunto de crenças, opiniões, idéias, mitos, estereótipos e preconceitos sobre o objeto social – o lugar de memória, o conceito de lugar pode ser entendido como o resultado dessas práticas sociais distintas e do sentimento de pertença que lhe é inerente, revelando por sua vez a função identitária.

O presente trabalho tenciona analisar os lugares de memória do centro histórico de São Luís, Maranhão, sob a perspectiva do Turismo Cultural. A abordagem proposta objetiva analisar os usos, significados e simbologias inerentes aos espaços materiais e simbólicos onde se manifestam os vínculos comunitários de trabalho, cotidiano, festas e lazer dos moradores da Praia Grande. Como norte teórico, o estudo parte de questões relaciona questões sobre espaço urbano (Lynch, 1988) patrimônio cultural (Canclini, 1999) e memória (Nora, 1993; Le Goff, 1996), no sentido de descrever os significados das

práticas e relações sociais que envolvem a dinâmica do bairro da Praia Grande, buscando, assim, refletir sobre a sua importância na composição da oferta turística da cidade.

Enquanto procedimento metodológico elegeu-se a abordagem qualitativa, a qual se caracteriza pelo tratamento e análise de dados que expressam as subjetividades, os simbolismos, atitudes e crenças dos grupos sociais. Na visão de alguns autores (Barros E Lehfeld, 2000; Appolinário, 2009; Minayo, 1994) a pesquisa de caráter qualitativo pressupõe o contato direto do pesquisador com o objeto ou realidade investigada, buscando o entendimento das relações, dos processos e dos fenômenos sociais de modo a revelar os significados, os detalhes e minúcias impossíveis de serem analisados sob a perspectiva quantitativa.

Realizaram-se entrevistas semi-estruturadas junto à comunidade do bairro da Praia Grande, no Centro Histórico de São Luís- Maranhão. A coleta de dados efetivou-se no mês de fevereiro de 2010, durante três dias na semana, em locais de intenso fluxo de transeuntes. Por meio de uma amostra não-probabilística por intencionalidade (Dencker, 1998), entrevistaram-se agentes da comunidade local, tendo por base um roteiro de perguntas semi estruturado, possibilitando, assim, o posicionamento dos sujeitos em relação à temática levantada pela pesquisa.

Diante do exposto, inicialmente propõe-se uma discussão sobre espaço urbano, patrimônio cultural e memória, apresentando elementos que convergem para uma concepção antropológica de centro histórico enquanto entidade dinâmica que revela as dimensões materiais e intangíveis da cultura produzida ao longo dos processos históricos.

Tendo como cenário o bairro da Praia Grande, localizado no Centro Histórico da cidade de São Luís, Maranhão, em seguida o artigo analisa os espaços materiais e simbólicos onde se processam as interações comunitárias, sendo estes considerados lugares de memória em virtude das relações, valores e significados que eles revestem para os moradores do bairro. Posteriormente, estabelece-se uma relação entre turismo cultural e lugares de memória, discutindo as possibilidades de seu aproveitamento turístico, tendo como pressuposto o uso sustentável dos recursos patrimoniais e sua apropriação e valorização por parte da comunidade local.

Patrimônio cultural urbano e lugar de memória

O patrimônio cultural enuncia os diferentes modos pelos quais os grupos sociais definiram a sua identidade,

diante de várias possibilidades de viver, sentir e agir enquanto membros de uma realidade. A emergência da dimensão imaterial do patrimônio associa-o à concepção de lugar antropológico, uma vez que as diferentes sociedades se formam a partir dos símbolos que representam o espaço vivido e que são passados entre gerações sucessivas, “o lugar antropológico é a construção simbólica e concreta do espaço, que se refere à casa, às aldeias, ou seja, aos lugares que têm sentido, que são identitários, relacionais e históricos e que trazem subjacente o sentido de permanência” (Augé, 1994: 34).

Milton Santos (1996) ao discutir a dimensão material e simbólica do espaço geográfico, define-o como um sistema indissociável de objetos e ações. Na sua visão, o espaço geográfico é constituído por formas, objetos e conteúdos, ou seja, pelo entrelaçamento de elementos fixos, ordenados no decorrer do processo de apropriação humana, e um sistema de relações sociais e legados culturais impressos ao longo dos processos históricos.

Com base nessa concepção, o lugar enquanto dimensão do espaço geográfico consiste numa construção social em permanente estado de transformação, onde os diferentes atores interagem entre si, e o resultado ou somatório de tais relações está imbricado de significados. Tais significados equivalem a um aporte referencial de valores, posturas e códigos culturais que transcendendo a existência concreta, tornam-se elo dos contemporâneos a um passado socialmente construído, e destarte, portador de uma memória e de uma identidade coletiva.

A memória atua no nível intersubjetivo como um quadro de referências que permite aos indivíduos perceberem nos marcos citadinos, nas cores e cheiros, texturas e personagens; na arquitetura e na paisagem urbana, elementos construtores e constituintes de uma trama social comum, de uma história coletiva, cujos ecos de um passado e de uma cultura compartilhada formam a memória social, e tem ressonância nas redes de relacionamento, em geral, e nas vivências cotidianas de cada indivíduo em particular (Le Goff, 1996; Bosi, 1994).

Acresce-se a essa percepção, o fato do patrimônio significar a rememoração ou a lembrança da própria ação humana em diferentes tempos e lugares, “todo cidadão possui numerosas relações com algumas partes de sua cidade, e a sua imagem está impregnada de memórias e significações” (Lynch, 1988: 11).

A memória está relacionada intimamente às experiências em sociedade, sendo reelaborada no presente, como fio condutor das tramas de relações que envolvem as subjetividades dos diferentes grupos sociais. O patrimônio cultural oferece aos viventes a possibilidade de perceberem a sua origem, de seus familiares e antepassados, ou seja, o patrimônio como representação da

memória vincula os indivíduos a experiências pessoais marcantes e indeléveis, que caracterizam a sua trajetória de vida. “No decorrer de sua história, toda cidade se enriquece de lugares aos quais pode ser atribuída uma função simbólica, recebida por destinação, ou em virtude de algum acontecimento” (Balandier, 1980:11).

Através das feições urbanísticas, dos monumentos, casarões e prédios históricos, compreendem-se as relações sociais que se encerram nos espaços urbanos, ou seja, as experiências coletivas e pessoais que definem o envolvimento subjetivo entre homem e meio ambiente físico, por um lado, e do outro, entre o homem e a identidade. Segundo Nora (1993), os lugares de memória caracterizam-se por serem dialeticamente materiais, simbólicos e funcionais, relacionando-os aos espaços institucionalizados, tais como centros de documentação, bibliotecas, museus e arquivos, e às celebrações coletivas - festas, comemorações - que permitem a reatualização de fatos e acontecimentos, e através dos quais a história se legitima.

O referido autor identifica-os enquanto espaços impregnados por um forte conteúdo simbólico e de referências culturais, elos de continuidade em relação a um passado socialmente construído, sendo aportes de referências culturais. Considerando que as lembranças precisam de elementos que permitam a sua rememoração, torna-se válida a associação entre patrimônio cultural- histórico-arquitetônico ou imaterial- e lugar de memória, uma vez que este se torna referência para uma comunidade. O patrimônio cultural torna-se importante fonte de interpretação da memória, do passado e do presente, e contribuiu para o revigoramento da identidade local, regional e nacional.

Ampliando essa discussão, Berdoulay (2007) evidencia as relações intrínsecas existentes entre as dimensões espaciais do lugar, corporificadas e objetivadas, e a sua face imaterial ou intangível. Compreende o lugar de memória como espaço *in situ*, isto é material, construído e edificado ao longo das relações sociais, e *in visu*, posto que surge também no plano mental ou subjetivo:

Ora, sabemos que a cidade não se dá aqueles que a ocupam como uma entidade abstrata ou como instrumentos destinados apenas a certos usos técnicos (circular, trabalhar, morar, etc.). Ela possui uma realidade espessa de sentidos particulares relacionados às pulsões mais profundas do próprio sujeito. Neste caso, a cidade é cor ou ausência de cor, luz ou ausência dela e assim por diante, além de uma dimensão biográfica da cidade, que confere a “minha cidade” o sentido de meu “lugar de vida” (Freire, 1997: 25).

Nesse sentido, o espaço geográfico como lugar de memória constrói-se a partir das experiências cognitivas, das significações, dos imaginários e das subjetividades dos diferentes grupos sociais. Trata-se de um espaço de interação, carregado por um forte sentimento de territorialidade, apropriado física e espiritualmente por um determinado grupo social, “conforme a cidade acumula memórias, em camadas que, ao somarem-se vão constituindo um perfil único, surge o lugar de memória [...] onde a comunidade vê partes significativas do seu passado com imensurável valor afetivo (Gastal, 2002: 77).

Através da memória intensifica-se o sentido de pertencimento dos grupos sociais a um passado ou origem comum, delimitando, nesse sentido, fronteiras sócio-culturais. A memória como suporte de informações e salvaguarda de determinadas lembranças, fatos e acontecimentos, permite aos indivíduos situarem-se em um dado contexto histórico e social, reelaborando-o, num mecanismo incessante presidido pela dialética da lembrança e do esquecimento (Pollak, 1989).

Aos grupos sociais torna-se necessária a eleição de determinados marcos simbólicos que garantam o sentido de permanência e de pertencimento a uma sociedade, uma vez que a aceleração dos contatos e a maior interdependência entre as regiões- resultantes das transformações científicas e tecnológicas e da globalização -, produzem modificações nas identidades culturais:

[...] é preciso que algo permaneça para que reconhecamos nosso esforço e sejamos recompensados com estabilidade e equilíbrio. A vida do grupo se liga estreitamente à morfologia da cidade: esta ligação se desarticula quando a expansão industrial causa um grau intolerável de desenraizamento (Bosi, 1994: 447).

O bairro da Praia Grande, localizado no centro histórico de São Luís, Maranhão, Brasil, constitui-se no principal elemento de atratividade turística da cidade, apresentando características toponímicas estilos arquitetônicos particulares, além de valores e estilos de vida já desaparecidos em outros bairros da cidade. É um núcleo que ainda mantém uma diversidade de usos, de atividades comerciais, institucionais, portuárias e residenciais. Nele sobressaem-se vários tipos populares, tais como os feirantes, os engraxates, os ourives, que ainda mantém suas atividades tradicionais. Becos, escadarias, ruas e pedras de cantaria; solares, sobrados e mirantes complementam a ambiência colonial, atraindo um público de turistas e visitantes.

O bairro da Praia Grande e seus elementos definidores constituem-se um texto que enuncia a história da cidade e sobre o qual emergem diferentes interpre-

tações por parte daqueles que nele estabelecem vínculos de pertença. Assim, torna-se possível a sua inferência como espaço híbrido, de tempos idos e vindouros, da memória individual e social, lugar turístico e lugar de singularidade, da diferença e da semelhança e, portanto, construtor de identidades.

O patrimônio cultural da Praia Grande torna-se marco de referências, não apenas físicas, mas, sobretudo culturais, relevante para a construção do espaço geográfico enquanto palco da existência dos atores sociais. Tendo como eixo norteador as relações entre cidade, memória e patrimônio cultural, tornou-se possível, a partir das entrevistas qualitativas realizadas com os moradores do bairro da Praia Grande, estabelecer as relações entre o passado da urbe colonial, preservado e re atualizado, e os liames afetivos que possibilitam aos moradores identificar-se com determinadas porções do bairro.

Mapeando os lugares de memória da praia grande: usos, significados e relações

As referências urbanas presentes no bairro da Praia Grande demonstram o caráter de permanência dos diferentes testemunhos que propiciaram o desenvolvimento urbano daquele espaço, embora revestidos de novas funções e significados. Nessa perspectiva, o núcleo inicial da cidade apresenta-se como um texto fragmentado, sobreposto por diferentes vozes do passado, e que são acionadas, enquadradas, reelaboradas e transformadas pelos viventes, mediante o dispositivo da memória.

Na perspectiva dos moradores entrevistados, a Praia Grande não representa apenas o marco da evolução da cidade de São Luís, mas adquire um significado especial por ser o local onde são tecidas as diferentes relações sócio-culturais, e onde se situam os lugares de convívio, do comércio, das festas sagradas e profanas, e das interações turísticas. Emerge também como cenário de disputas pela moradia, pela preservação das tradições e pela melhoria da qualidade de vida dos cidadãos.

Considerando-se que “nem todos os grupos locais de uma mesma cidade ‘enquadram’, com as mesmas características sua relação com o passado e, a partir dela, suas representações sobre o que legitimam como lugares da memória” (Lacarrieu, 1999: 139), constata-se que os locais que cristalizam a memória de fatos e acontecimentos pessoais ou coletivos tornam-se referenciais culturais mais ou menos significativos para os residentes ao longo de sua experiência no lugar.

Isso significa afirmar que os lugares de memória são produzidos e reelaborados de acordo com a posição social do sujeito num determinado contexto ou momento

histórico. Obedecem ainda a estados de transitoriedade, vinculados às próprias relações que os grupos sociais estabelecem com o tempo e o espaço.

Há, em todas as sociedades, lugares considerados sagrados, onde os indivíduos manifestam suas crenças e tradições, e por meio dos quais determinados grupos sociais ligam-se ao universo simbólico ou transcendente, fortalecendo suas ligações com os santos ou entidades cultuadas, e reafirmando a sua fé no sagrado.

No campo das relações terrenas, os santuários, os templos religiosos, as casas de culto afro, e demais construções que expressam a religiosidade de um lugar, detém fortes vínculos com o cotidiano das comunidades onde se situam e tornam importantes instrumentos de formação social e identitária. Considerada pela historiografia local como sendo um dos primeiros templos erigidos no Maranhão, a Igreja de São José do Desterro (Figura 1) remonta ao século XVII. Durante a invasão holandesa no Maranhão, em 1640, foi destruída e posteriormente reconstruída na primeira metade do século XIX por iniciativa dos moradores da comunidade do Desterro.



Figura 1- Igreja do Desterro. Fonte: Acervo da autora (2008).

Esse fato, presente na memória popular, conforme observado em alguns relatos pode ter contribuído para uma maior identificação e sentimento de pertença dos moradores entrevistados em relação a esse templo religioso, embora existam outras igrejas próximas ao bairro da Praia Grande.

Lugar simbólico, o processo de reconstrução da Igreja pela iniciativa popular fez-se presente na memória dos moradores, posto que a ela se reportaram como ícone de afirmação da religiosidade popular em relação à tentativa de imposição de novos valores e práticas sócio-

culturais presentes no projeto de dominação holandesa do século XVII.

Os moradores costumam freqüentar a Igreja do Desterro para participar de cultos e festas religiosas, para as orações, ou simplesmente pela tranqüilidade do templo religioso ou para a contemplação de seus elementos construtivos singulares. A Igreja do Desterro, patrimônio material e espiritual para os moradores é entendida como lugar sagrado, repleto de simbologias e representações acerca da memória e das tradições locais. Inscrevendo-se no campo do simbólico e do sensível, adquire a função de articular ou mobilizar a comunidade do Centro Histórico, em torno de práticas de sociabilidade e reciprocidade culturais específicas:

Os pertences, parentes, amigos e a base territorial experienciada fazem parte do acervo íntimo do indivíduo. Pausa, movimento e morada conferem ao mundo vivido a distinção do lugar. As experiências nos locais de habitação, trabalho, divertimento, estudo e dos fluxos transformam os espaços em lugares, carregam em si experiência, logo, poesia, emoção. Sensação de paz e segurança dos indivíduos que estão entre os “seus”, tem uma conotação de pertinência por pertencer à pessoa e esta a ele, o que confere uma identidade mútua, particular aos indivíduos (Mello, 1997: 94).

Assim, a Igreja do Desterro torna-se elo dos contemporâneos a seus antepassados, espaço de interação dos indivíduos com a sua dimensão espiritual, e de vivência, posto que se associa às experiências cotidianas dos moradores. O templo religioso detém, assim, um valor cognitivo e formal, acrescido dos valores de afetividade e de uso (Gastal, 2002), sendo definido como espaço de produção e circulação de tradições ritualísticas, e de manifestações culturais no eixo Praia Grande- Desterro.

A própria localização da Igreja do Desterro permite apreendê-la enquanto lugar complexo, ao carregar determinados símbolos e significados - presentes nas subjetividades dos atores comunitários, nas festas, ritos e cultos religiosos - e possuir, muitas vezes, uma função de mediar conflitos que se operam no âmbito das interações comunitárias.

Símbolo posicionado na área central do Desterro, ao redor do qual foram sendo edificadas as construções de caráter popular, sua área de atuação ou de influência transcende as fronteiras físicas e espaciais do patrimônio edificado, estendendo-se ao campo do privado, das relações familiares, e inserindo-se nos problemas sociais vivenciados pelos moradores da Praia Grande.

Por meio desta edificação religiosa, são acrescidas e fortalecidas as relações entre familiares, vizinhos,

membros da associação dos moradores do bairro da Praia Grande e do Desterro e visitantes. Os moradores sentem-se emocionalmente seguros pela presença da Igreja enquanto ambiente acolhedor e instrumento de socialização dos jovens da comunidade. Acresce-se a essa constatação o fato da Igreja do Desterro servir de suporte para o desenvolvimento de práticas individuais e coletivas, e de determinados usos sociais que são realizados pelos moradores no Largo do Desterro.

Nesse espaço, convergem não apenas as celebrações conduzidas pelos párocos, tais como festejos, missas e procissões em homenagens aos santos, mas também as atividades lúdicas, os jogos e brincadeiras populares, as festas profanas. Os moradores apropriaram-se do entorno do bem patrimonial de maneira diversa, dinâmica e heterogênea.

Assim, a Igreja do Desterro configura-se como lugar polissêmico, de confluência de diversos atores da comunidade e exterior a ela, tornando-se significativa para a compreensão da dinâmica do espaço urbano da Praia Grande não apenas pela sua presença física, material, construção e obra da engenharia comunitária, mas por se constituir num espaço praticado, de conagração popular. Dessa forma, sua importância reside nos significados conferidos pelos moradores, na medida em que são as experiências culturais que envolvem a “alma dos objetos” (Silveira e Filho, 2005), tornando-os portadores de referências identitárias.

A compreensão da cidade como espaço urbano de criação coletiva, produto e processo, abrange também uma análise acerca daquelas porções do urbano que se descortinam como testemunhos de um passado em estreita relação com o presente. O largo da Igreja, a praça, as escadarias, os mirantes, os becos, as ruas, denotam sentido e significado memorialístico para a comunidade, tornando-se patrimônios afetivos (Martins, 2004).

Estando voltados para as demandas das sociedades contemporâneas, esses patrimônios afetivos assumem uma posição de continuidade no tempo e no espaço, e em alguns casos, são reconfigurados, tornando-se vetores para a expressão de novos valores e significados culturais presentes nas sociedades, porém, mantendo as suas especificidades históricas e arquitetônicas. Pellegrino (2002: 01) conceitua os lugares referenciais como sendo:

[...] objetos no espaço definidos como materialidades e práticas culturais que, ao serem contemplados e despertarem a reflexão, destacam-se no tecido urbano e no conjunto das manifestações populares, por mediarem distintos fatos históricos ou por representarem heranças técnicas, estéticas e culturais de temporalidades passadas.

A concepção de lugares referenciais indicada por Pellegrino (2002) segue a perspectiva dos lugares de memória proposta por Nora (1993). Determinados marcos da cidade tornam-se símbolos, referências para a comunidade, apresentando a função de ativar a lembrança dos moradores acerca de determinados fatos ou acontecimentos existentes na história da cidade, ao tempo em que promovem novas articulações com o presente.

Transformados em lugares referenciais ou lugares de memória, tornam-se verdadeiros guardiões das relações materiais e imateriais que determinados grupos de uma sociedade julgam ser relevantes para a compreensão de sua própria trajetória cultural. Próximo à Igreja do Desterro situa-se o Convento das Mercês, fundado em 1654 pelos padres Mercedários (Figura 2). Ao longo do século XIX, transformou-se em sede do corpo dos bombeiros e quartel da polícia militar. Na atualidade, o Convento possui uma função museal, de salvaguarda da memória histórica de fatos e acontecimentos, uma vez que abriga a Fundação da Memória Republicana. Além da exposição de acervo referente ao período nesse local são realizadas exposições, mostras e atividades culturais.



Figura 2- Convento das Mercês. Fonte: GOVERNO DO ESTADO DO MARANHÃO (2008).

Os entrevistados que indicaram o Convento das Mercês como local de significância histórica e cultural fizeram-no por relacioná-lo restritamente às apresentações de grupos de cultura popular, tais como de bumba-meuboi que ocorrem nesse espaço durante o mês de junho. A sua função, enquanto prédio de manifestação da fé católica, não se reatualizou na fala dos moradores entrevistados. O patrimônio arquitetônico não foi lembrado, nem a sua função atual de abrigar mostras e exposições de caráter cultural.

Nesse sentido, ocorreu uma supressão da memória religiosa e da história da construção do Convento nas

lembranças indicadas pelos moradores, as quais foram contextualizadas no tempo vivido, tendo como marco simbólico o Vale Festejar. Desse modo, a noção de patrimônio cultural também se traduz nas manifestações populares, ou seja, “a experiência vivida também se condensa em linguagens, conhecimentos, tradições imateriais, modos de usar os bens e os espaços físicos” (Canclini, 1999: 99).

Os lugares de memória consistem na materialização das práticas sociais, dos saberes e fazeres tradicionais. O Convento das Mercês desempenha essa função junto aos moradores, ao ser simbolizado como suporte para a reafirmação do bumba-meu-boi como elemento identitário, embora apresentando no presente novas significações.

Ao estabelecer relações entre memória individual e a sociedade, Bosi (1994) tece uma análise sobre os “quadros sociais da memória”, assinalando que as diferentes memórias estão enraizadas numa multiplicidade de espaços, paisagens e

lugares, tais como a casa, o quintal, o fragmento de uma rua ou de um bairro, os quais entrelaçam memórias pessoais, individuais, com a memória do corpus social.

Dessa forma, os espaços de vivência e de convivência presentes nas áreas urbanas apresentam-se, em alguns casos, como a extensão da casa, do lar habitual. Por meio deles podem ser reestabelecidos ou intensificados os laços familiares e sociais. No âmbito da dinâmica dos espaços urbanos, a praça pública refere-se ao “lugar intencional do encontro, da permanência, dos acontecimentos, de práticas sociais, de manifestações de vida urbana e comunitária e de prestígio, e, conseqüentemente, de funções estruturantes e arquiteturas significativas” (Lamas, 2000: 102).

Assim, a praça enquanto lugar público emerge como local coletivo, de circulação de pessoas e de fluxos, de sociabilidades, podendo ligar ruas, bairros, e possui a função de manter a ambiência de uma determinada área, propiciando aos moradores e transeuntes os valores de sensibilidade estética, busca do equilíbrio físico, psicológico ou emocional, e de fruição das paisagens natural e urbana. Essas construções produzem, assim, um sentimento de identificação, por relacionar-se aos percursos diários e às experiências de lazer e convívio social.

Além de orientar e unir determinados itinerários ou trajetos no bairro, os espaços públicos acompanham a dinamicidade urbana e as transformações sociais, econômicas, políticas e culturais, contribuindo para a formação da imagem da cidade entre os seus habitantes e visitantes. “O objeto, portanto, fala sempre de um lugar, seja ele qual for, porque está ligado à experiência dos sujeitos com e no mundo, posto que ele representa uma porção significativa da paisagem vivida” (Silveira



Figura 3- Praça Nauro Machado (A) e estrutura (B) para shows de cultura popular. Fonte: Acervo da autora (2010).

e Filho, 2005: 40).

Construída em 1982 e inicialmente denominada Praça da Praia Grande, a Praça Nauro Machado (Figura 3) foi um lugar escolhido pelos moradores em virtude de sua localização privilegiada, da sua ambiência, e por servir de suporte para a realização de passeios, encontros e conversas entre amigos.

O cidadão, ao apropriar-se de um lugar, produz sempre um processo de identificação. As transformações operadas pelos diferentes grupos sociais inscrevem-se no lugar, imprimindo-lhe um sentido de pertença e de identidade (Tuan, 1980). Ao reportarem-se à Praça Nauro Machado, os moradores associaram-na à sua vida cotidiana, expressa na diversidade de formas de apropriação, uso e percepção desse local enquanto lugar de frequentação e de relação.

Além de se constituir lugar de lazer, descanso e contemplação, a Praça, sobretudo nos finais de semana, é utilizada para a realização de shows de cultura popular e feiras de artesanato. Muitos moradores destacaram a importância das apresentações culturais promovidas na praça para a dinamização econômica do bairro e para a valorização das tradições populares. Por intermédio dos depoimentos, observa-se que a praça configura-se como uma intercessão entre os diferentes atores sociais,

tornando-se um espaço público multifuncional, onde são desenvolvidas práticas associativas, de lazer e de entretenimento. Lugar de memória repleto de significações coletivas, históricas, vivenciais e psicológicas.

Assim, enquanto lugar, a Praça Nauro Machado é sentida, pensada e vivida pelos moradores do bairro da Praia Grande, equivalendo ao “[...] espaço material onde se inscrevem os atos de gerações e onde o processo de apropriação aparece como condição necessária à vida que se realiza no e através do uso [...]” (Carlos, 1996: 69).

Os patrimônios culturais configuram-se materialidades e subjetividades que se manifestam nos espaços comunitários, por meio dos quais se evocam memórias e identidades plurais. Nesse sentido, as feiras e mercados populares, além de se constituírem remanescentes de um legado cultural, tornam-se espaços reatualizados no presente, estando intrinsecamente relacionados às demandas das sociedades contemporâneas, nas quais se inserem o comércio, o lazer e o turismo.

Para além das relações comerciais, da exposição e comercialização de produtos e mercadorias, as feiras constituem-se locais de encontro, relação e sociabilidade, de manifestação da cultura popular e do lazer das comunidades (Peciar, 2006). Representam em alguns casos, a extensão do lar habitual dos comerciantes e moradores, além de nelas estarem impregnadas as diversas memórias, lembranças e recordações presentes no corpus social.

Outro lugar de memória é a Feira da Praia Grande ou Casa das Tulhas, que revela múltiplos personagens, dentre os quais se destacam comerciantes, consumi-

dores, turistas e moradores (Figura 4). Construída em 1820 sob a designação de Terreiro Público, o espaço consistia num importante entreposto comercial, local de depósito e distribuição de mercadorias que eram trazidas para a cidade de São Luís através do Porto da Praia Grande.

A atual Feira da Praia Grande localiza-se na área central do bairro, na antiga Praça do Comércio. Constitui-se num quarteirão formado por lojas de artesanato, bares e restaurantes e o seu acesso pode ser realizado pelas quatro ruas que cercam a Feira. Sua importância remonta à própria história do bairro, uma vez que ao redor desse estabelecimento comercial foram sendo construídos os sobrados, armazéns e casas comerciais ao longo do antigo Porto que deu origem à Praia Grande.

Os moradores entrevistados consideraram o local importante por ter contribuído para o desenvolvimento e consolidação da Praia Grande, pela função econômica assumida em tempos passados e, sobretudo, por sua diversidade cultural, expressa nos produtos comercializados, nos personagens e festas populares que o local abriga. A Feira é assumida pelos moradores como um local dotado por um sentido emocional, visto que através dela eles se sentem integrados ao meio onde vivem, estabelecendo relações de reconhecimento e de troca.

A Feira, com suas tradições, eventos e relações, configura-se como espaço híbrido, de múltiplas referências, e de compartilhamento de diversas vivências, síntese dos processos históricos e culturais da cidade. Nela manifestam-se diferentes práticas e produções culturais, abrigando elementos sagrados e profanos, tais como as performances de grupos de capoeira, e os festejos em

homenagem a São José das Laranjeiras, considerado o santo protetor dos comerciantes. Durante as sextas-feiras, transforma-se em um palco para as apresentações de grupos de Tambor de Crioula, manifestação tradicional do Estado.

Por intermédio dos depoimentos obtidos observou-se que a Feira da Praia Grande configura-se como uma intercessão entre os diferentes atores sociais, tornando-se um espaço de afirmação das identidades comunitárias, possuindo um caráter multifuncional. A Feira constitui-se um patrimônio afetivo (Martins, 2004) para os moradores entrevistados, detendo um valor cognitivo e formal, acrescido do valor de uso (Gastal, 2002), sendo definido como espaço de produção e circulação de mercadorias, onde são desenvolvidas atividades associativas, de lazer e de entretenimento, dentre as quais se destaca o Tambor de Crioula (Figura 5) manifestação tradicional muito apreciada pelos residentes e apontada pelos entrevistados como lugar de memória.



A



B

Figura 4- Detalhe da entrada principal da Feira da Praia Grande (A) e banca de ervas e frutas (B) posicionadas ao longo do corredor. Fonte: CORTÊS (2007).



Figura 5- Tambor de Crioula na Praia Grande. Fonte: GOVERNO DO ESTADO DO MARANHÃO (2009).

Os moradores do bairro da Praia Grande identificam-se com o Tambor de Crioula, vinculando-o ao seu cotidiano como forma de resistência e liberdade dos negros escravos à livre manifestação de seus cultos, rituais, mitos, danças e tradições. Muitos afirmaram o caráter genuíno dessa manifestação, caracterizando-a como símbolo da cultura popular maranhense. Expressão popular de matriz africana praticada por descendentes de negros escravos, o Tambor de Crioula faz-se presente na capital e no interior do Estado. É uma brincadeira de roda realizada em louvor ou pagamento de promessas a santos católicos, principalmente a São Benedito, ou a entidades espirituais, sendo comum a presença do Tambor de Crioula nos festejos das casas de culto afro da cidade (Ferretti, 2002).

Observou-se que o Tambor de Crioula possui um significado existencial para os moradores do bairro, de reencontro com as tradições locais, servindo como referência identitária. Alguns residentes afirmaram já terem participado como brincantes da manifestação e que costumam prestigiar os eventos da cultura popular quando acontecem no bairro.

A maioria dos entrevistados vinculou essa tradição cultural aos marcos urbanos presentes na Praia Grande, tais como a Rua Portugal e a Feira da Praia Grande, uma vez que se torna habitual apresentações de grupos de Tambor de Crioula nos espaços públicos do bairro. Conforme observado os lugares de memória transcendem às demarcações dos espaços oficiais de salvaguarda do patrimônio, abrangendo também os espaços livres (Berdoulay, 2007).

Neles, as diversas memórias se imbricam, adquirindo novos matizes, posto que a elas vinculam-se as subjetividades dos grupos sociais que não eram considerados pelas políticas de patrimonialização como construtores

e guardiães do patrimônio. Assim, constataram-se as inter relações entre os aspectos histórico-arquitetônicos e a dimensão imaterial do patrimônio do bairro da Praia Grande, na medida em que não se pode dissociar na atualidade o patrimônio edificado do contexto ambiental e sócio-cultural onde ele está inserido.

As memórias associadas aos lugares podem, numa perspectiva de desenvolvimento, propiciar trânsitos de visitantes que buscam o contato com o legado cultural das comunidades por meio do desenvolvimento de atividades vivenciais e de lazer capazes de produzir situações de aprendizado e educação. No bairro da Praia Grande, os lugares de memória, os modos de vida e costumes populares, as práticas sócio-culturais e manifestações tradicionais que integram o acervo arquitetônico local podem se constituir num importante elemento da oferta turística da cidade.

A sua potencialização por meio do turismo cultural pode contribuir para uma maior aproximação entre visitantes e anfitriões, propiciando o diálogo e a interação sócio-cultural, gerando, dessa forma, benefícios sociais e econômicos, além de fortalecer os laços afetivos da comunidade local em relação ao seu patrimônio.

A perspectiva turística dos lugares de memória

O imaginário urbano, os valores simbólicos, as relações identitárias, a vivência cotidiana e festiva dos grupos sociais que culturalizam as cidades, tornando-as entidades dinâmicas e singulares apresentam-se como importante recursos ou atrativos a serem transformados em produto de consumo por meio da atividade turística. O turismo cultural baseia-se na produção material e espiritual de uma comunidade, ou seja, transita em torno dos patrimônios culturais apropriados e recriados na dinâmica social, sob a forma de roteiros, produtos e atrações.

Na visão de Lucas (2000) o turismo pode ser aprendido como a combinação das manifestações autênticas de um determinado local, município ou da região, atrelado à existência de serviços e infraestrutura para sua apresentação, promovida por moradores, profissionais ou administradores. O contato intercultural proporcionado pelo turismo tende a contribuir para o fortalecimento do sentido de pertencimento dos atores sociais em relação à sua cultura, mediante a compreensão do seu lugar social e cultural e favorecendo perspectivas de valorização e revitalização do patrimônio cultural existente em áreas urbanas.

Enquanto resultado da transformação do patrimônio cultural em produto turístico emergem novas relações, os patrimônios hibridizam-se, reconfiguram-se e sofrem

modificações. O turismo repercute nas formas de apresentação e disposição dos elementos do espaço urbano, delimitando áreas de interesse comercial e cultural, com ênfase em determinados marcos, logradouros, roteiros, percursos ou trajetos (Boullón, 2002).

Compreender a produção do espaço urbano nesse mercado implica em entendê-lo como uma construção. Ele é, simultaneamente, o lugar das estratégias para o capital e das resistências do cotidiano para os habitantes. A atividade turística é uma das mais recentes modalidades do processo de acumulação, que produz novas configurações e materializa o espaço urbano sob diferentes perspectivas, pela ação do Estado, das empresas, dos residentes e dos turistas.

No bairro da Praia Grande, as propostas de aproveitamento do patrimônio cultural como objeto de interesse para turistas e comunidades têm possibilitado o reconhecimento da cultura local com recurso ao desenvolvimento sócio econômico, entretanto, observa-se a necessidade de ações de inserção do patrimônio na dinâmica contemporânea.

Diante da valorização dos lugares de memória podem surgir implicações no que se refere à transformação do patrimônio-referência em patrimônio-recurso (Arantes, 1999), ou seja, uma distinção entre o valor de uso do patrimônio e seu valor de troca. Segundo o autor na denominada “economia simbólica do patrimônio”, ocorre uma diferenciação entre o valor do bem patrimonial como símbolo, isto é, o conjunto de referências e sentidos enraizados na vida coletiva, e como alegoria, vinculado ao prazer estético e lúdico proporcionado pelo turismo.

Nesse mecanismo de atratividade, remodela-se o espaço urbano para atender às necessidades da demanda turística. Dentre as possíveis interferências negativas do turismo no tocante ao patrimônio cultural, destacam-se a descaracterização das manifestações populares, dos valores e tradições locais na perspectiva de atender às necessidades do consumo visual. O embelezamento e a higienização do local, comuns em áreas que sofrem processo de revitalização, tendem a acentuar a privatização do patrimônio cultural urbano, em virtude da concentração de atividades culturais e da elevação dos preços de produtos e serviços, inviabilizando em muitos casos, o acesso da comunidade aos benefícios decorrentes do intercâmbio cultural (Barbosa, 2001; Silva, 2004).

A cenarização do patrimônio histórico-arquitetônico e o conseqüente remanejamento da população residente das áreas de interesse turístico implicam em alterações na sociabilidade dos moradores em relação à presença de turistas em sua comunidade (Sotratti, 2010). Além desses revezes, acrescenta-se a ausência de comprometimento da população local no processo de conservação

e revitalização de monumentos e lugares e, por conseguinte, do restabelecimento das memórias individuais e coletivas. Nesse caso, “[...] os monumentos e o patrimônio histórico adquirem dupla função - obras que propiciam saber e prazer, postas à disposição de todos; mas também produtos culturais, fabricados, empacotados e distribuídos para serem consumidos” (Choay, 2001:211).

Na medida em que o patrimônio cultural transforma-se em mercadoria com a ausência de participação da comunidade nas decisões de planejamento urbano e turístico, perdem-se os elementos substanciais e necessários ao pleno desenvolvimento dessa atividade, ao tempo em que reduz os laços de afetividade dos residentes em relação ao seu patrimônio. A supressão de determinados referenciais que contextualizam os lugares de vivência e convivência, e o esvaziamento dos conteúdos culturais de bens revitalizados para o turismo repercute no estranhamento ou não-reconhecimento dos moradores em relação aos espaços urbanos, fato que pode vir a configurar uma não-relação de que trata Carlos (2002). Desse modo, ocorre uma disputa simbólica e discursiva entre os gestores do patrimônio local e os moradores pela apropriação e o uso efetivo do acervo arquitetônico, considerando a dicotomia existente entre preservação e degradação do patrimônio e entre a memória oficial agenciada pelo turismo e as memórias dos atores sociais.

Na dinâmica da fragmentação das cidades como bens ou produtos de consumo turístico, o aproveitamento turístico do acervo patrimonial consiste em promover a multiplicidade de usos do espaço urbano, o incentivo às atividades artísticas e culturais, a criação de espaços públicos funcionais e interculturais, onde as comunidades possam desenvolver práticas de sociabilidade diversas, propiciando a reflexividade nas relações entre os moradores e turistas e o favorecimento das identidades locais caracterizadas pelo espírito do lugar (Peixoto, 2003).

Nesse sentido, decorre a preocupação em considerar as diversas sociabilidades, os laços de pertencimento e vínculos dos moradores em relação aos seus lugares de referências. Esses lugares inscrevem e simbolizam as memórias de seus entes queridos, dos antepassados e das memórias do porvir. Os espaços urbanos eternizam diferentes memórias, presentes na imaginação de seus moradores e nos lugares que foram eleitos de forma poética e afetiva por estarem vinculados à sua condição de membros de uma coletividade, vivida ou imaginada, e à sua própria subjetividade. Os lugares coletivizados congregam diferentes noções de tempo e experiências e instituem narrativas e fragmentos de uma parte da história da cidade colonial.

No bairro da Praia Grande, os lugares de memória,

os modos de vida e costumes populares, as práticas sócio-culturais e manifestações tradicionais que integram o acervo arquitetônico local podem se constituir num importante elemento da oferta turística da cidade. A sua potencialização por meio do turismo cultural pode contribuir para uma maior aproximação entre visitantes e anfitriões, propiciando o diálogo e a interação sócio-cultural, gerando, dessa forma, benefícios sociais e econômicos, além de fortalecer os laços afetivos da comunidade local em relação ao seu patrimônio.

No turismo cultural, a tradição oral, os imaginários, a ambiência urbana, os tipos populares e as histórias construídas sobre o lugar visitado tornam-se importantes recursos ou atrativos turísticos, ao tempo em que contribuem para otimizar a experiência dos visitantes, “os turistas querem ser atores, responsáveis e solidários em seus intercâmbios pelo mundo” (Zaoual, 2009: 57).

Considera-se que os lugares de memória podem compor um elenco diversificado de atrativos turísticos e culturais em conformidade com as novas tendências do turismo na contemporaneidade. Gastal (2002) assinala que a incorporação da noção de lugar de memória no âmbito do planejamento e gestão da oferta de turismo cultural insurge como fator capaz de promover uma maior integração entre o tecido urbano e a sociedade, a problematização dos conteúdos dos bens culturais para os visitantes, enaltecendo, assim, a experiência turística, ao mesmo tempo em que fortalece os laços identitários entre a comunidade e o seu patrimônio.

A transformação dos espaços do cotidiano popular, em suas múltiplas variações, como produto ou bem de consumo cultural não se justifica apenas pelo viés econômico decorrente do aproveitamento turístico. O planejamento turístico desses espaços deve considerar o seu sentido simbólico como elemento referencial para a construção e afirmação de identidades, no sentido de contribuir para uma maior compreensão intercultural e proporcionar experiências significativas, tanto para a comunidade local, quanto para os visitantes.

Os marcos urbanos e simbólicos existentes no bairro da Praia Grande contribuem para a construção da identidade sócio-cultural dos moradores, sendo necessária que a proposta de revitalização considere a dimensão afetiva do patrimônio cultural, seus significados e as relações de pertencimento da população residente em relação aos marcos urbanos. De acordo com Martins (2004:03):

Mais importante que a criação de um cenário, que será o espetáculo para o visitante, é preciso enriquecer a experiência sensorial e afetiva do morador, fazendo-o reconhecer o lugar onde vive, reforçando

experiências e usos, criando passagens, umbrais, direcionando o olhar, recolando elementos fragmentários, dando estrutura e unidade ao todo realçando a identidade do lugar ou dando uma nova interpretação compositiva que leve em consideração os desejos e necessidades dos seus usuários, reforçando a cognição, o conhecimento, o uso e o afeto que eles têm com o lugar.

A tematização da oferta de produtos e serviços implica a utilização de uma metodologia compatível com a realidade social dos destinos urbanos, avaliando o nível de desenvolvimento turístico existente e mapeando os espaços representativos da memória e da identidade local, “nesse sentido, destaca-se a noção de territorialidade, identificando o espaço enquanto experiência individual e coletiva, onde a rua, a praça, o bairro, os percursos estão plenos de lembranças, experiências e memórias (Matos, 2002: 35).

Baseado nesse delineamento, um conjunto de ações integradas de sensibilização e participação da comunidade, valorização, promoção e comercialização dos produtos culturais devem ser consentidas na perspectiva de promover novas experiências aos visitantes, aliada às estratégias de interpretação do patrimônio cultural.

Mediante a identificação dos lugares de memória, faz-se necessária a realização de estudos de potencialidade e viabilidade turísticas nas áreas selecionadas na etapa anterior, com o mapeamento dos espaços urbanos e das práticas culturais indicados que se revestem de um forte caráter identitário em relação aos moradores. Torna-se necessária a hierarquização dos lugares de memória selecionados, em termos de nível de atratividade e capacidade de mobilização de uma demanda turística diferenciada.

Brito (2009) apresenta um modelo de gestão dos recursos e atrativos turístico-culturais que apresenta características de transversalidade e de diálogo entre as diferentes esferas que atuam no planejamento urbanístico e patrimonial e os agentes sociais. Segundo o autor, a conformação das cidades históricas em produtos e roteiros turísticos necessita de instrumentos eficazes que realcem as características do tecido urbano, baseado num amplo programa de interpretação e comunicação junto ao público consumidor e residentes.

Enquanto elemento fundamental destaca-se a busca pela certificação da qualidade das atividades desenvolvidas nos núcleos patrimoniais, o que garante ganhos expressivos não apenas no âmbito econômico, mas, sobretudo, de enriquecimento cultural, tanto para os turistas, quanto para a população residente.

Diante da estruturação de produtos, roteiros e atrações tematizados com a anuência da comunidade,

integradas aos seus espaços de vida e de lazer, definem-se as estratégias de valoração do produto no mercado, envolvendo todos os agentes do setor de forma pró-ativa e inovativa, baseada na sinergia das ações e no esforço coletivo, definindo medidas de acompanhamento, controle e avaliação dos processos urbanos e turísticos.

Assim, o lugar de memória como instrumento de planejamento turístico consiste em promover a articulação integrada e o protagonismo comunitários, o fortalecimento da identidade, a valorização do lugar e a sua capitalização por meio do turismo, tendo como premissas fundamentais a proteção dos ambientes naturais e culturais, a qualidade dos produtos e serviços, e a validade da experiência turística local.

A transformação dos espaços comunitários em produtos ou roteiros turístico-culturais poderia se tornar significativa ao valorizar a experiência turística no lugar Praia Grande em um conjunto de lembranças e recordações diferenciadoras para os turistas, incentivando o seu retorno à cidade e ampliando a participação comunitária aos benefícios do turismo.

Assim, as noções de cidade-patrimônio e lugar de memória, em sentido mais abrangente, isto é, com ênfase em todas as histórias, as produções materiais e imateriais da comunidade, podem ser ativadas por meio de uma prática turística que se desenvolva em termos de reciprocidade e enriquecimento cultural.

Considerações Finais

Os espaços urbanos eternizam diferentes memórias, presentes na imaginação de seus moradores e nos lugares que foram eleitos de forma poética e afetiva por estarem vinculados à sua condição de membros de uma coletividade, vivida ou imaginada, e à sua própria subjetividade. Os lugares coletivizados congregam diferentes noções de tempo e experiências e instituem narrativas e fragmentos de uma parte da história das cidades.

Esses elementos impregnam não somente a dimensão física do espaço urbano, mas as relações que são construídas numa temporalidade própria, agregadoras e vitais para a compreensão dos conteúdos culturais que decifram as identidades presentes nos espaços urbanos.

Conforme analisado, há por parte dos membros da comunidade local a valorização de um vínculo emocional em relação a determinados marcos urbanos da Praia Grande. Tal valorização decorre de experiências temporais, muitas vezes não lineares, mas fragmentadas ou descontínuas, instituídas numa relação não raro conflituosa entre presente/passado, e entre o vivido/imaginado. A memória dispersa nos lugares é construída e

vivenciada de forma compartilhada, por meio dos laços pessoais e sociais.

Observou-se que os lugares de memória constituem-se locais de encontro, relação e sociabilidade, de manifestação da cultura popular e do lazer da comunidade. Em alguns casos, representaram a extensão do lar habitual dos moradores, além de neles estarem impregnadas as diversas memórias, lembranças e recordações presentes no corpus social. Os moradores que apropriam, trabalham, transitam, ou utilizam os lugares de memória promovem a diversidade das relações, reinventam suas tradições e constroem uma identidade específica.

O aproveitamento turístico dos lugares de memória pode se inserir nas novas necessidades da demanda turística que busca uma maior interação e integração nos espaços de vivência e convivência comunitária, no sentido de proporcionar um enaltecimento da experiência turística, oportunizando e viabilizando um cenário emotivo e acolhedor, ao estimular o contato dos visitantes com o patrimônio cultural da cidade.

Bibliografia

- Appolinário, F.
2009 Metodologia da Ciência: filosofia e prática da pesquisa. São Paulo: Cengage Learning.
- Arantes, A. A.
1999 Repensando os aspectos sociais da sustentabilidade: a conservação integrada do patrimônio ambiental urbano. In: Projeto História, (18) 121-134. São Paulo: Educ/Fapesp,
- Augé, M.
1994 Não-lugares. Introdução à uma antropologia da supermodernidade. São Paulo: Papirus.
- Balandier, G.
1980 O poder em cena. Universidade de Brasília.
- Barbosa, Y.
2001 O despertar do turismo: uma visão crítica sobre os não-lugares. São Paulo: Aleph.
- Barros, A. J. da S. y Leffeld, N. A. de S.
2000 Fundamentos de metodologia. São Paulo: Makron Books.
- Berdoulay, V.
2007 Enjeux iconographiques dans l'aménagement des lieux de mémoire (Contribution à l'ouvrage prévu sur le thème "Lieux de mémoire, commémoration et identité dans la francophonie canadienne"). En: Cahiers de géographie du Québec, 2007. 16 p.
- Boullón, R. C.
2002 Planejamento do espaço turístico. São Paulo: EDUSC.

- Bosi, E.
1994 Memória e sociedade: lembranças de velhos. São Paulo: Companhia das Letras.
- Brito, M.
2009 Turismo Cultural sustentável: certificação de destinos turísticos de dominância patrimonial. En: CAMARGO, P. de; CRUZ, G. P. da (Orgs.). Turismo Cultural: estratégias, sustentabilidade e tendências (pp.- 225-248). Ilhéus: Editus.
- Canclini, N. G.
1999 O Patrimônio Cultural e a construção imaginária nacional. En: Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. n°23 (pp. 94-115) Rio de Janeiro.
- Carlos, A. F. A.
1996 O lugar no/do mundo. São Paulo: Hucitec.
- Carlos, A. F. A.
2002. O Turismo e a produção do não-lugar. En: YÁZIGI, E. (Org.). Turismo: espaço, paisagem e cultura. São Paulo: Hucitec, p.25-36
- Choay, F.
2001 Alegoria do patrimônio. São Paulo: UNESP.
- Cifelli, G.
2010 A refuncionalização turística do patrimônio cultural: os novos usos do território apropriado pelo turismo em Ouro Preto-MG. En: PAES, M. T.D.; OLIVEIRA, M.R. da S. (Orgs.). Geografia, turismo e patrimônio cultural. São Paulo: Annablume, p.113-138.
- Dencker, A.de F. M.
1998 Métodos e técnicas de pesquisa em turismo. São Paulo: Futura.
- Ferretti, S. (Org.).
2002 Tambor de Crioula: ritual e espetáculo. 3 ed. São Luís: Comissão Maranhense de Folclore.
- Freire, C.
1997 Além dos Mapas. São Paulo: Annablume.
- Gastal, S.
2002 Lugar de memória: por uma aproximação teórica ao patrimônio local. En: GASTAL, Susana.(Org.). Turismo: investigação e crítica. São Paulo: Contexto.
- Lacarrière, M.
1999 Os dilemas sociais do patrimônio: usos, 'inflação' ou 'hiperinflação' de História? En: Revista da Associação Brasileira de História Oral. n.2, Rio de Janeiro: Logaria Brasileira.
- Lamas, José M. R. G.
2000 Morfologia Urbana e desenho da Cidade. 2.ed. Fundação Calouste Gulbenkan, Fundação para a Ciência e Tecnologia.
- Lucas, S. M. de M.
2000 Turismo cultural no Vale do Paraíba: uma experiência histórica. En: 2º CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL. Turismo: novo caminho no espaço rural brasileiro. Piracicaba
- Lynch, K.
1988 A imagem da cidade. São Paulo: Martins Fontes.
- Martins, A. M. M.
2004 Patrimônios afetivos: afetos, uso e ciência patrimonial. En: II CONGRESSO INTERNACIONAL DE PATRIMÔNIO CULTURAL. Congreso Internacional Patrimonio Cultural. Córdoba.
- Nora, P.
1993 Entre Memória e História: a problemática dos lugares. São Paulo.
- Matos, M. I.S de.
2002 Cotidiano e cultura: história, cidade e trabalho. São Paulo. EDUSC.
- Mello, J. B. F. de.
1997 Espaço, lugar e "Deslugar". En: Redes. (1)2: 93-107. Rio de Janeiro.
- Minayo, M.C. de S.
1994 Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Rio de Janeiro: Vozes.
- Peciar, P. L. R.
2006 Turismo Cultural: um olhar sobre as manifestações de atratividade encontradas nas feiras populares do Brinque da Redenção em Porto Alegre- RS, Brasil e a feira da Praça Matriz de Montevideu, no Uruguai" (pp. 41-54). In: Barretto, M. (Org.). Turismo, cultura e sociedade. Caxias do Sul: Educs
- Peixoto, P.
2003 Centros Históricos e sustentabilidade cultural das cidades. Texto apresentando "A cidade entre projectos e políticas". Disponível em: <http://www.ler.letras.up.pt/ficheiros/artigos/8511>. Acesso em 09 de novembro de 2010.
- Pellegrino, C.T.
2002 Patrimônio Cultural Urbano: de quem: Para Quê? En: Congresso Internacional De Turismo Cultural organizado por Naya (Notícias de Antropologia e Arqueologia, 2002). Disponível em: <<http://www.naya.org>>. Acesso em 12 de abril de 2010.
- Pollak, M.
1989 Memória, Esquecimento, Silêncio. Estudos Históricos. 2(3) Rio de Janeiro.
- Santos, M.
1996 A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Hucitec.
- Silva, M. da G. L. da.
2004 Cidades turísticas: identidades e cenários de lazer. São Paulo: Aleph.
- Silveira, F. L. A. y Filho, M. F.L.
2005 Por uma Antropologia do objeto documental: entre a alma nas coisas e a coisificação do objeto. En:

- Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, (11) 23: 37-50. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/ppgas/ha/index.html>>. Acesso em 22 de março de 2010.
- Sotratti, M. A.
2010 A requalificação urbana e a mercantilização do patrimônio cultural: o caso do Centro Histórico de Salvador-Pelourinho. En: PAES, Maria Tereza Duarte; OLIVEIRA, Melissa Ramos da Silva (Orgs.). Geografia, turismo e patrimônio cultural. São Paulo: Annablume, 139-155.
- Tuan, Y.F.
1980 Topofilia. Um estudo da percepção atitudes e valores do meio ambiente. São Paulo: Difel.
- Zaoual, H.
2009 Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transições? In: Bartholo, R.; Sansolo, D. G.; Bursztyn, I. Turismo de base comunitária: diversidade de olhares. Brasília, Letra e Imagem.

Recibido: 06/11/10
Reenviado: 18/06/11
Aceptado: 28/06/11
Sometido a evaluación por pares anónimos

Gestão social de bens culturais no Brasil: desafios e perspectivas

Manuela de Oliveira Botrel ⁱ

Priscila Gomes de Araújo ⁱⁱ

José Roberto Pereira ⁱⁱⁱ

Universidade Federal de Lavras (Brasil)

Resumo: O objetivo deste ensaio teórico é analisar a gestão dos bens culturais no Brasil a partir da formação da esfera pública e da política federal de preservação do patrimônio histórico e artístico. Procura-se responder a questão: quais os desafios e as perspectivas da gestão social dos bens culturais no Brasil? A esfera pública sob a ótica habermasiana compreende uma rede adequada para a comunicação de conteúdos e formação de opiniões. Os resultados mostram que a gestão social apresenta melhores perspectivas para a gestão de bens culturais, pois inclui a sociedade, estimula a participação dos cidadãos na preservação e legitima as representações culturais da sociedade. Porém, apresenta como desafio a superação do elitismo na preservação de bens culturais no Brasil.

Palavras-chave: Gestão social; Esfera pública; Políticas públicas; Patrimônio histórico; Bens culturais.

Title: Social management of cultural heritage in Brazil: challenges and perspectives

Abstract: The aim of this essay is to investigate the cultural heritage management in Brazil from the formation of the public sphere and the federal policy of artistic and historical heritage preservation. We've tried to answer which are the challenges and perspectives of the social management of cultural heritage in Brazil. The public sphere from the perspective of Habermas is understood as an appropriate network for the communication of contents and trend setting. The outcomes show that the social management exhibits better perspectives to the cultural heritage management, because it includes the community, stimulates the citizen's participation in the conservation and legitimates the community cultural representations. However, the challenge is the elite status overcoming in the cultural heritage preservation in Brazil.

Keywords: Social management; Public sphere; Public policies; Historic heritage; Cultural heritage.

ⁱ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal de Lavras. E-mail: manuelabotrel@yahoo.com.br

ⁱⁱ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal de Lavras. E-mail: priscila2210@yahoo.com.br

ⁱⁱⁱ Doutor em Sociologia pela Universidade de Brasília e professor do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Lavras. E-mail: jrobpereira25@yahoo.com.br

Introdução

A gestão de bens culturais no Brasil é um tema ainda pouco estudado na academia e carente de uma política pública embasada na diversidade social e na preservação, construção e reconstrução de espaços públicos. No entanto, nos últimos anos, tem ganhado espaço nas pesquisas produzidas por uma gama de profissionais, como antropólogos, sociólogos, historiadores, arquitetos, economistas, administradores, dentre outros, fundamentando-se como temática multidisciplinar e relevante para a busca da identidade nacional e emancipação social.

Os bens culturais são historicamente associados à noção do sagrado, de uma memória a ser preservada e cristalizada. O sagrado faz parte do indizível da experiência humana e deve permanecer assim, intocável ou inalterado. Todavia, nas últimas décadas, no Brasil, a concepção de bens culturais vem se transformando na direção de um bem público que fundamenta a identidade de uma sociedade, que faz parte do cotidiano das pessoas e da esfera pública.

Essa concepção de bens culturais como elemento formador da identidade nacional no Brasil está respaldada e legitimada na Carta Constitucional de 1988, especificamente no artigo 215: “O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.” (Brasil, 1988). No artigo 216 desta Constituição consta sua abrangência e formas de preservação:

Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira. (...) O Poder Público, com a colaboração da comunidade, promoverá e protegerá o patrimônio cultural brasileiro, por meio de inventários, registros, vigilância, tombamento e desapropriação, e de outras formas de acautelamento e preservação (Brasil, 1988).

Além disso, os estudos de Fonseca (1997; 2001; 2003) sustentam essa nova concepção ao revelar que as práticas de preservação do patrimônio histórico e dos bens culturais são responsáveis, em parte, pela construção da identidade nacional e pela consolidação dos estados-nação.

Foi a idéia de nação que veio garantir o estatuto ideológico (do patrimônio), e foi o Estado nacional que

veio assegurar, através de práticas específicas, a sua preservação (...). A noção de patrimônio se inseriu no projeto mais amplo de construção de uma identidade nacional, e passou a servir ao processo de consolidação dos estados-nação modernos (Fonseca, 1997: 54-59).

Uma das práticas sociais que colabora para consolidação dessa concepção de bens culturais é o turismo cultural. O grande fluxo de turistas nacionais e internacionais em cidades brasileiras que possuem acervo histórico e cultural, como no caso do Barroco nas cidades de Ouro Preto, Mariana, São João Del Rei e Tiradentes, desperta a população local e a sociedade brasileira para os valores culturais que formam nossa identidade. Assim, os bens culturais e o patrimônio histórico passaram a fazer parte das preocupações cotidianas da população como “coisa pública” ou “negócios públicos”. Os interesses públicos em torno dos bens culturais foram fortalecidos com a formação de espaços públicos de participação da sociedade e de investimentos do Estado no aparelhamento das atividades turísticas.

No entanto, a formação de uma “esfera pública”, na acepção literal de Habermas, em torno dos bens culturais no Brasil, ainda é incipiente. Habermas (2003) considera a esfera pública como uma das categorias sociológicas centrais para entender, sistematicamente, a nossa própria sociedade. Esse autor estudou a formação da esfera pública burguesa como uma instância mantenedora dos próprios interesses, mas que se transformou ao longo da história em uma instância mantenedora dos interesses de toda a sociedade. No âmbito histórico de desenvolvimento da esfera pública, destaca-se o Estado como “poder público” pela tarefa que assume de promover o bem público, o bem comum a todos os cidadãos. Todavia, a concepção de esfera pública almejada por Habermas (2003) diz respeito a um espaço público onde a ação comunicativa pode favorecer uma consciência coletiva capaz de possibilitar uma existência solidária, não coercitiva, libertadora e igualitária entre os homens.

Nesse contexto de análise, destacam-se dois aspectos importantes. Por um lado, a formação de uma esfera pública voltada para a preservação dos bens culturais com base na organização da sociedade civil e na participação social constitui um desafio para a gestão social desses recursos. Por outro lado, as políticas públicas de preservação do patrimônio histórico e cultural têm sido a forma adotada pelo Estado de administrar os bens culturais no Brasil, o que pode contribuir ou prejudicar a formação da esfera pública necessária para a gestão social dos bens culturais.

Tendo em vista essas considerações iniciais, procurar-se-á, neste ensaio teórico, responder à questão: quais os

desafios e as perspectivas da gestão social dos bens culturais no Brasil? Para responder a essa questão, torna-se necessário definir o que são bens culturais, analisar a formação da esfera pública voltada para a preservação de bens culturais e a política de preservação do patrimônio histórico e artístico cultural no Brasil. Por último, analisam-se os desafios e as perspectivas da gestão social dos bens culturais como meio de efetivar a esfera pública e garantir o cumprimento legal de preservar o patrimônio histórico e cultural no Brasil.

O que são bens culturais?

A definição de bens culturais perpassa pela abordagem antropológica de cultura. Como esclarece Bosi (1992), o termo cultura, na sua forma mais substantiva, tanto se aplica às labutas do solo, da agricultura, como a qualquer trabalho feito pelo ser humano desde sua infância. No campo antropológico e social, o significado de cultura mais geral não mudou no decorrer dos séculos, significando “o conjunto de práticas, das técnicas, dos símbolos e dos valores que se devem transmitir às novas gerações para garantir a reprodução de um estado de coexistência social” (Bosi, 1992: 16).

Choay (2001) descreve a importância dos bens culturais a partir dos significados de “patrimônio”. Segundo a autora, o termo “patrimônio” está relacionado às estruturas familiares, econômicas e jurídicas de uma sociedade estável, enraizada no espaço e no tempo. Esse termo foi requalificado por diversos adjetivos (genético, natural, histórico, cultural, etc.) que fizeram dele um conceito nômade, que segue hoje uma trajetória retumbante e que repercute nas sociedades. Sinteticamente, o termo designa um bem destinado ao usufruto de comunidades que se ampliaram por meio da acumulação contínua de uma gama de objetos e práticas que se consagraram por seu passado.

Zanirato e Ribeiro (2006) analisam que a preservação das produções de caráter cultural e patrimonial foi extremamente restrita ao longo da história. Em certos momentos da trajetória humana, somente as obras de arte eram consideradas dotadas de valor, sendo passíveis de preservação. Objetos e bens de uso utilitário, sobretudo aqueles oriundos das chamadas classes subalternas se perderam, em especial, o material de uso cotidiano encontrado nas escavações arqueológicas dos séculos XVIII e XIX. A lógica que presidia as escavações era a da busca de objetos de interesse artístico que apresentavam interesses utilitaristas de mercado. Os vestígios que não contemplavam tais interesses não foram conservados.

Na contemporaneidade, a concepção de bens culturais superou o interesse utilitarista, valorizando a preservação dos bens culturais produzidos por qualquer classe ou etnia, ou em qualquer espaço, como relevante herança e legado de uma sociedade ou nação. Dessa forma, os bens culturais são considerados como um conjunto de patrimônios materiais ou imateriais de considerável significado para a coletividade e para a memória social. Os significados, a delimitação e relevância atual de bens ou patrimônios culturais são analisados, historicamente, por diversos autores, como Magalhães (1997), Fonseca (1997), Lemos (2006) e Funari e Pelegrini (2009).

Magalhães (1997) ressalta que o conceito de bens culturais engloba diversos bens: os de valor histórico – essencialmente voltados para o passado; os de expressão individual – obras que constituem o acervo artístico, como a música, o teatro, a literatura, entre outros; e os do fazer popular – que estão inseridos na dinâmica da vida cotidiana. De acordo com esse autor, o bem cultural tem um conceito abrangente, envolvendo elementos de várias naturezas e significados da vida em sociedade, que perpassam o bem material e o imaterial, o intangível.

Dentre os bens culturais materiais encontram-se os núcleos urbanos, as grandes edificações, igrejas e santuários, sítios arqueológicos e paisagísticos e bens individuais, como os móveis de determinada época, acervos arqueológicos, museológicos, documentais, bibliográficos, arquivísticos, videográficos, fotográficos e cinematográficos. Já os bens culturais imateriais, categoria de relevância identitária e cultural, abrangem as representações, celebrações, expressões, conhecimentos, fazeres e técnicas. Essa categoria, recentemente preservada no Brasil, opõe-se ao chamado patrimônio edificado, de pedra e cal, denominação dada por Gonçalves (1996), visando aos aspectos da vida social e cultural que não foram contemplados pelas concepções mais tradicionais de patrimônio.

Dentre os patrimônios imateriais, pode-se destacar a literatura, a música, o folclore, a linguagem e os costumes de um povo ou sociedade. Essa nova categoria, o patrimônio imaterial, como o próprio Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) considera,

é transmitido de geração em geração e constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade, contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cul-

tural e à criatividade humana (IPHAN, 2009).

Em termos internacionais, a UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), órgão da ONU criado em novembro de 1946, é a entidade responsável pela discussão e orientação das políticas dos bens culturais. Esse órgão busca promover o respeito à diversidade cultural, ao direito à cultura, inaugurando o diálogo intercultural e um novo olhar sobre a preservação do patrimônio cultural no mundo. Na Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial, realizada pela UNESCO em 2003, o patrimônio cultural imaterial é definido como:

práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados – que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural (UNESCO, 2003: 02).

A UNESCO, ao definir no ano de 2003 o patrimônio imaterial como objeto de instrumento normativo multilateral no campo da cultura, influenciou políticas e práticas de preservação desse patrimônio em vários países no mundo. Com a contemplação do patrimônio imaterial a gama de bens culturais protegidos estava completa.

Enfim, as múltiplas paisagens, arquiteturas, tradições, gastronomias, expressões de arte, documentos e sítios arqueológicos passaram ser reconhecidos e valorizados pelas comunidades e organismos governamentais na esfera local, estadual, nacional ou internacional na sua totalidade. No Brasil, o IPHAN é o órgão que atua em parceria com os estados da federação e governos municipais, formando-se uma rede interorganizacional (um espaço público estatal) voltada para a preservação do patrimônio histórico e cultural.

Dessa forma, tanto o espaço público estatal quanto as várias representações populares da cultura reforçam os possíveis espaços intersubjetivos, comunicativos, nos quais as pessoas expressam seus valores por meio do entendimento mútuo. Nesse sentido, pode-se considerar a existência de uma esfera pública em torno da preservação dos bens culturais no Brasil? Vamos desenvolver a resposta a essa questão a seguir.

A esfera pública habermasiana

Para Habermas (2003: 17), a esfera pública é “um princípio organizacional de nosso ordenamento político” e se formou com base nas mudanças sociais, econômicas, políticas e culturais ao longo da história. Habermas

(2003) faz referências às duas tradições para demonstrar a origem da “esfera pública”: a grega, para a qual a esfera pública é o espaço de discussão da polis - base de democracia ateniense; e a romana, para designar as atribuições do senado e do império e os assuntos e bens da res publica. Os gregos viam a “esfera pública” como um espaço de liberdade, onde podiam por meio dela expressar seus pensamentos e vontades e, assim, dar continuidade aos seus anseios. Para eles “só à luz da esfera pública é que aquilo que é consegue aparecer, tudo se torna visível a todos” (Habermas, 1997: 16).

Para Habermas (2003), a “esfera pública” foi o espaço em que a sociedade burguesa utilizou para se desenvolver, apesar de muito antes desse período já se falar em “público”, daquilo que não é “privado”. Ao analisar as mudanças culturais na história da sociedade européia, Habermas (2003: 56) considera que o concerto, o teatro e os museus institucionalizaram o julgamento leigo sobre a arte, ou seja, “a discussão torna-se um meio de sua apropriação”, ao que chamou de “crítica de arte como conservação”.

Nos séculos XVII e XVIII, cafés e salões surgem como sendo espaços utilizados por ingleses, franceses e alemães para a discussão livre de assuntos de interesse coletivo, onde conversavam igualmente, como sujeitos livres e autônomos. Esses espaços foram utilizados para substituir a representatividade pública das cortes por instituições de “esfera pública” burguesa, onde pessoas privadas discutiam assuntos de interesse coletivo. Eram nesses espaços que emergiam, também, a crítica literária, locais nos quais a literatura tinha de se legitimar, em que a intelectualidade se encontrava com a aristocracia (Habermas, 2003). Porém, esses salões e cafés eram frequentados por um público restrito, uma elite. Nesse sentido, Habermas (2003) afirma que

não se deve crer que a concepção de público que implica a igualdade do simplesmente “meramente humano” tenha sido efetivada com os salões, cafés e associações, mas com eles foi institucionalizada enquanto idéia e, dessa forma, colocada como reivindicação, no entanto eficaz (Habermas, 2003: 52).

Pode-se assim, caracterizar a “esfera pública” como sendo o espaço onde o público pode se representar socialmente. Seria o espaço do domínio daquilo que se pode falar sem reservas, uma arena pública e lócus de discussão e interação social.

A esfera pública pode ser descrita como uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e opiniões, nela os fluxos comu-

nicacionais são filtrados e sintetizados, a ponto de se condensarem em opiniões públicas enfeitadas em temas específicos (Habermas, 1997: 92).

A esfera pública burguesa é típica das sociedades democráticas, especialmente, daquelas de caráter liberal e foi tratada por Habermas (2003) como uma categoria sociológica e histórica. Esse autor constata que a Inglaterra foi o primeiro país onde a esfera pública funcionou politicamente (século XVIII). O início dessa esfera pública está relacionado aos comentários e críticas às medidas ou decisões da Coroa e de deliberações do Parlamento pela imprensa da época (1722). Vários fatos históricos ocorridos na Inglaterra são apresentados por Habermas (2003) como argumentos que sustentam a formação da esfera pública, tais como: a participação de uma parte da população como espaço público de conscientização política chamado de *sense of the people*, *the common voice*, *the general cry of the people* e *the public spirit*; formação de um público politizado e frequente ao longo dos séculos 18 e 19 denominado de *public meetings*; formação do espaço *public opinion* constituído por meio de discussões públicas fundamentadas em informações consistentes; direito ao voto da classe média alta; reconhecimento da opinião pública politizada na França pela Constituição de 1791; dentre outros.

Habermas (2003: 99) argumenta que a emancipação da sociedade burguesa enquanto esfera privada ocorre apenas quando "(...) a esfera pública política pode chegar a se desenvolver plenamente no Estado de Direito burguês". Isso ocorre nas sociedades européias à medida que os direitos civis e políticos são conquistados, tais como: liberdade de opinião e de expressão; liberdade de imprensa; liberdade de reunião e de associação; liberdade individual; direito eleitoral e de voto igualitário; inviolabilidade da residência; igualdade perante a lei; garantia da propriedade privada.

Outro aspecto explorado historicamente por Habermas (2003) para explicar os significados de esfera pública diz respeito à "publicidade". Este termo é analisado pelo autor, iniciando-se com a distinção entre "opinion" e "critique". Por um lado, considera a "opinion" como "juízo sem certeza" ou como "aquilo que se coloca na opinião dos outros" que, por sua vez, formam a opinião coletiva, opinião comum ou opinião geral. Por outro lado, Habermas (2003) se fundamenta em Hobbes, Locke e Rousseau para caracterizar o conceito de

"*opinion publique*" historicamente utilizado em sentidos diversos e para mostrar como o conceito é carregado de ideologia. Na França do final do século XVIII, o conceito de "*opinion publique*" é considerado a opinião do povo sustentada pela tradição e pelo *bons sens*, e

passa a mudar seu sentido ao ser empregada como uma discussão crítica na esfera pública, como uma opinião verdadeira, superando a antítese "opinion" e "critique". No sentido de esclarecer o significado original do termo "*opinion publique*", Habermas (2003) recorre a Rousseau e explica que o referido termo expressa a idéia de cidadãos reunidos em praça pública para aclamação, mas não expressa a idéia de argumentação pública de um público esclarecido. Além disso, ao buscar em Jeremy Bentham outro sentido de opinião pública, Habermas (2003, p. 123) encontra o sentido da "publicidade": "a publicidade das negociações parlamentares assegura uma 'supervisão do público', cuja capacidade de crítica é tida por comprovada (...)". Nesse sentido, a opinião pública equivale a um poderoso tribunal.

Contudo, Habermas (2003: 128) considera que a idéia de esfera pública burguesa atingiu sua configuração teórica amadurecida com o princípio da publicidade de Kant, que diz respeito ao "princípio único que garante o acordo da política com a moral". Mais à frente, Habermas (2003) relaciona o público pensante dos "homens" como "cidadãos" que procuram entender das questões da "res publica". No entanto, ressalta que todos os homens de uma sociedade deveriam desejar a situação em que a política e a moral fossem coincidentes, ou seja, não basta apenas a existência de uma constituição legal, mas o desejo de todos em sua aplicação. E o poder político é o ponto de partida para isso e para a formação de um Estado de Direito. Assim, fundamentado em Kant, Habermas (2003: 134) considera que a publicidade garante, racionalmente, benefícios públicos, citando o slogan de Mandeville: "private voices, public benefits". Sendo assim, analisa que o progresso da legalidade depende diretamente de um progresso da moralidade pública.

Para Wilson Gomes (2006), o conceito habermasiano de "esfera pública" se remete a uma condição de vida social, na qual as pessoas podem discutir sobre suas idéias próprias de forma aberta, acessível e opondo-se àquilo que é ocluso e fechado. A "esfera pública" é caracterizada então como sendo palco para discussões, debates e questões sociais que são explicitados por indivíduos ou coletividades, minorias ou majorias, atores ou espectadores.

Em sociedades complexas, a esfera pública forma uma estrutura intermediária entre o sistema político, de um lado, e os setores privados do mundo da vida e sistemas de ação especializados em termos de funções, de outro lado. Ela representa uma rede super-complexa que se ramifica especialmente num cem número de arenas internacionais, nacionais, regionais, comunais e subculturais, que se sobrepõem umas às

outras; essa rede se articula objetivamente de acordo com os pontos de vista funcionais, temas, círculos políticos, assumindo a forma de esferas públicas mais ou menos especializadas, (...) (Habermas, 1997: 107).

Trata-se, então, de uma discussão pública de forma amigável de vários tipos de interesses, construída por diversos públicos que se organizam em torno de temas de interesse comum, ou seja, interesses culturais, políticos e sociais. Para John Thompson (1995), Habermas evidencia a “idéia de uma esfera pública como uma comunidade de indivíduos que estão unidos por sua participação num debate racional-crítico” (Thompson, 1995: 150).

Para uma compreensão ainda maior do conceito de “esfera pública”, podemos citar ainda Patrick Charaudeau (2003), o qual menciona que

el espacio público no es algo único, no es un hecho ni un punto de partida. Resulta de la conjunción de las prácticas sociales y las representaciones. Las primeras constituyen el motor de las segundas, y estas dan a aquellas su razón de ser al atribuirles valores que tienden a refirmarlas o modificarlas. Esta interacción diatéctica construye un espacio público plural e móvil (Charaudeau, 2003: 132).

No Brasil, a transformação dos espaços públicos é analisada a partir do período da Independência e do início da construção do Estado nacional brasileiro, que representou a principal mudança nas relações socioeconômicas. Segundo Morel (2005), nesse período a expressão “esfera pública” era polissêmica, surgindo juntamente com a noção de opinião pública, com destaque para a atuação da imprensa. A noção de espaço público no trabalho de Morel (2005) apresenta três possibilidades: a cena ou a esfera pública, na qual interagem diferentes atores, e que não se confunde com o Estado; a esfera literária e cultural, que não é isolada do restante da sociedade e resulta da expressão letrada ou oral de diversos agentes históricos; e os espaços físicos ou locais, onde se configuram estas cenas e esferas.

De forma geral, pode-se concluir que o conceito de “esfera pública” pressupõe igualdade de direitos individuais (sociais, políticos e civis) e discussão, sem violência ou qualquer outro tipo de coação, de problemas por meio da autoridade negociada entre os participantes do debate. A “esfera pública” é o espaço onde a soberania do povo, em sociedades complexas, passa a ser entendida como um processo prático de argumentação, fruto da interceptação e sobreposição de discursos, ou seja, é o espaço intersubjetivo, comunicativo, no qual as pessoas

tematizam as suas inquietações por meio do entendimento mútuo.

Com base nas perspectivas apresentadas até o momento sobre o conceito de “esfera pública”, consideramos que a esta tem grande importância como local de interação social, sendo assim, lugar primordial para a realização da gestão social e construção e preservação dos bens culturais de relevância para uma sociedade. É na “esfera pública” que as práticas e representações de uma sociedade ganham significados e representam um determinado período histórico.

Por muito tempo, preservar traços de uma cultura esteve ligado quase que unicamente a duas classes, a nobreza e a burguesa. Essa última classe da sociedade nascida no outono da Idade Média europeia, que foi generalizada como tipo-ideal, não conseguiu mascarar a ascendência de uma esfera pública plebéia, que na Revolução Francesa despiu uma roupagem literária, emergindo uma nova perspectiva, não mais as camadas cultas são os únicos sujeitos da história, mas também a plebe ignorada (Habermas, 2003).

A vivência e a representação do tempo e dos espaços devem, por isso, ser problematizadas no contexto das experiências de vida e das trajetórias pessoais e intergeracionais, as quais podem conduzir a uma valorização positiva, mas também negativa do passado, abrindo espaço a interpretações diferenciadas do patrimônio (Merriman, 1991). O passado é, assim, construído pelo presente, configurando-se como parte integrante de uma cultura contemporânea. São as condições do presente que lhe conferem um sentido e um significado, significado esse que pode ser construído e negociado por diversos atores sociais, cujas relações de poder nem sempre são simétricas, e cujos interesses não são rígidos ou fixos (Anico, 2005).

Dentro dessas relações de poder inseridas nas discussões e na preservação dos bens culturais, nota-se que, no Brasil, apenas recentemente, em 2004, começou-se a discutir nos estados e municípios a ampliação da participação social na construção das políticas públicas culturais, dando um primeiro passo a uma nova forma de gestão, a gestão social.

Diante dessas constatações, Guimarães (2007) discute as possibilidades da construção do Sistema Nacional de Cultura (SNC), que contribuirá na alteração dos conceitos de políticas públicas e participação social no campo cultural no Brasil. O objetivo do SNC é implementar uma política pública de cultura democrática e permanente, pactuada entre os entes da federação, e com a participação da sociedade civil, de modo a estabelecer e efetivar o Plano Nacional de Cultura, promovendo desenvolvimento com pleno exercício dos direitos

culturais e acesso às fontes da cultura nacional.

O potencial transformador existente no discurso do SNC encontra-se na ruptura com as políticas que o antecederam, encerrando a visão de políticas públicas culturais dominantes na década de 1990 e em quase absolutamente todos os períodos passados. As propostas básicas contidas no Sistema é a ampliação da participação social, a inclusão de novos atores sociais na discussão sobre as políticas, e, através disso, institucionalizar uma nova forma de preservar os bens culturais e, conseqüentemente, os espaços públicos. Isso significa um passo à frente para a formação de uma esfera pública em torno da preservação de bens culturais no Brasil, como veremos a seguir, também, outro aspecto importante nesse sentido, as políticas públicas de preservação de bens culturais no Brasil.

A trajetória das políticas públicas de preservação de bens culturais no Brasil

Zanirato e Ribeiro (2006) consideram que a preocupação com a definição de políticas para a salvaguarda e preservação dos bens culturais de um povo remonta ao final do século XVIII, mais particularmente à Revolução Francesa, quando se desenvolveu outra sensibilidade em relação aos monumentos destinados a invocar a memória e a impedir o esquecimento dos feitos do passado. A partir de então, iniciaram as primeiras ações políticas para preservar e gerenciar os bens que denotassem valor cultural em espaços públicos da nação, entre as quais aparece uma administração encarregada de elaborar os instrumentos jurídicos e técnicos para a salvaguarda, assim como procedimentos técnicos necessários para a conservação e o restauro de monumentos. Em suma, nesse contexto, surge uma nova perspectiva ligada à questão da preservação do patrimônio histórico e bens de relevância cultural.

Todavia, o verbo preservar reserva um significado que sobrepõe à ação de livrar de algum mal, manter livre de corrupção, perigo ou dano e conservar, dentre outros sinônimos. De acordo com Lemos (2006), se devemos preservar as características de uma sociedade, teremos forçosamente que manter conservadas as suas condições mínimas de sobrevivência, todas elas implícitas no meio ambiente e no seu saber. Assim, preservar não é só guardar uma coisa, um objeto, uma construção, de casas e igrejas históricas de uma cidade antiga. Preservar, também, é gravar depoimentos, sons, músicas populares e eruditas de forma que se garanta a compreensão da memória social, preservando o que for “significativo” dentro do vasto repertório de elementos componentes do Patrimônio Cultural. Entretanto,

(...) considerando a atividade de identificar referências e proteger bens culturais não apenas como um saber, mas também como um poder, caberia perguntar quem teria legitimidade para decidir quais são as referências mais significativas e o que deve ser preservado, sobretudo quando estão em jogo diferentes versões da identidade de um mesmo grupo (Fonseca, 2003: 114).

Esse aspecto abordado por Fonseca (2003) está relacionado com o caráter seletivo da preservação patrimonial, que envolve, por sua vez, uma dimensão política que não pode ser desconsiderada. Por isso torna-se essencial apresentar a trajetória das políticas públicas de preservação de bens culturais no sentido de percebermos esse caráter seletivo e compreendermos a forma de gestão desses recursos ao longo da história.

A preservação de bens e patrimônio cultural no Brasil, por meio de uma política pública federal, teve início no período do governo de Getúlio Vargas, com a criação em 1933 do primeiro órgão brasileiro direcionado para a preservação do patrimônio, a Inspeção de Monumentos Nacionais (IPM), entidade vinculada ao Museu Histórico Nacional. Essa entidade tinha como princípio proteger e impedir que objetos antigos, ligados à história nacional, fossem retirados do país em virtude do comércio de antiguidades, e que as grandes edificações e monumentos, importantes na trajetória e formação do país, fossem destruídos em reformas urbanas, nas ondas de modernização das cidades em que passava o Brasil da primeira metade do século XX.

No entanto, a IPM foi sucedida pelo Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), criado em 13 de janeiro de 1937 e regulamentado pelo Decreto-Lei nº 25 no dia 30 de novembro do mesmo ano, poucos dias após o golpe, que instituiu o Estado Novo, governo ditatorial de Getúlio Vargas. Sem dúvida, este foi e é o principal órgão de proteção e preservação do patrimônio histórico e do bem cultural no Brasil.

Dentro da trajetória política e histórica da criação do SPHAN, Mário de Andrade, poeta e escritor renomado no Brasil, foi sem dúvida, um grande colaborador. Como analisa Fonseca (2001), o poeta e intelectual formulou uma base conceitual que privilegiava a diversidade cultural do país, fugindo de critérios rígidos de atribuição de valor.

Além disso, na consideração da prática de preservação como um serviço de interesse público a ser prestado à população, e não abstratamente a nação, Mário de Andrade se aproxima muito mais da sociedade do que do Estado ou dirigentes do

SPHAN, pois consegue enxergar a dimensão pedagógica dessa tarefa (...). Como fez literalmente em Macunaíma, construiu o anteprojeto e em suas pesquisas em uma imagem de Brasil plural, fragmentada, aberta e descentralizada, compatível com a realidade de que ele se aproximou em suas viagens etnográficas pelo país (Fonseca, 2001: 99).

No texto do anteprojeto de Mário de Andrade, redigido em 1936, definia-se o patrimônio como “todas as obras de arte pura ou aplicada, popular ou erudita, nacional ou estrangeira, pertencentes aos poderes públicos e a organismos sociais e a particulares nacionais, a particulares estrangeiros, residentes no Brasil” (Lemos, 2006: 38).

Em resumo, o anteprojeto estava embasado no objetivo de catalogar todas as manifestações culturais do homem brasileiro, sem discriminação de classes, raças ou tipos de bens culturais. Abrangia desde edificações e artefatos até elementos harmoniosos produzidos pelo homem, como a música, os costumes de determinados grupos e o seu saber fazer, elemento único e muitas vezes pouco valorizado e nunca antes alvos de políticas públicas.

Assim, o trabalho de Mário de Andrade, em um esforço para abarcar tudo o que diz respeito à produção artística e cultural brasileira, incluindo os eventos que são do interesse da antropologia social, marca o começo dos debates efetivos e fundamentados sobre a preservação do patrimônio cultural e artístico no Brasil. Além de Mário de Andrade, outros intelectuais de grande destaque nacional também participaram da criação dessa valorosa instituição, como Oswald de Andrade, Manoel Bandeira, Carlos Drummond de Andrade, Cândido Portinari, Tarsila do Amaral e Lúcio Costa.

A participação dos diversos intelectuais envolvidos no movimento modernista e a atuação singular de Mário de Andrade são caracterizadas pela dualidade de propósitos: de um lado, elementos modernizantes, que buscavam romper com determinados hábitos, e de outro, a permanência, ligada ao resgate das tradições, de algo original e brasileiro.

No entanto, o Decreto-Lei nº 25, de 30 de novembro de 1937, que organizou e legalizou o SPHAN, distanciou-se do projeto original e audacioso do intelectual modernista, e definiu oficialmente o Patrimônio Histórico e Artístico Nacional como sendo:

o conjunto de bens móveis e imóveis existentes no país e cuja conservação seja de interesse público, quer por sua vinculação a fatos memoráveis da História do Brasil, quer por seu excepcional valor arqueológico ou et-

nográfico, bibliográfico ou artístico (Lemos, 2006: 43).

Existiam diferenças dessa definição com a do anteprojeto. Cortes foram feitos por Gustavo Capanema, que já previa que o campo de atuação do recém instituído não conseguiria preservar uma gama extensa de bens culturais, principalmente, por empecilhos financeiros e políticos da época, por isso, houve essa redução, deixando de lado um bem extremamente relevante, o patrimônio imaterial.

Mas, apesar das diferenças da primeira definição, a lei promulgada na década de 1930 já significava um grande passo na busca de defender bens de interesse público e de caráter identitário. Nesse contexto, um bem cultural só seria reconhecido e salvaguardado depois de inscrito em seu respectivo livro de tomo. Segundo Santos (2001), a inscrição, em um dos livros do tomo, de bens móveis ou imóveis, impede legalmente que eles sejam destruídos ou desconfigurados. Sendo uma prerrogativa do poder Executivo, o tombamento não implica desapropriação e nem determina o uso dos bens, mas sim a defesa do interesse público relativo à preservação de valores culturais da nação brasileira.

Outro elemento importante para o trabalho de catalogação e fiscalização do patrimônio e bem cultural no Brasil foi o inventário. A palavra inventário deriva do latim, *inventarium*, que significa relação de bens deixados por alguém ou lista de registro de bens contendo ou não uma enumeração detalhada ou minuciosa destes. No contexto da preservação e catalogação, o inventário ampliou sua essência num ideal de encontrar, descobrir e aprofundar. Fonseca (1997) faz referência à importância da utilização da inventariação na trajetória de preservação do patrimônio histórico e artístico nacional, lembrando que eles, os inventários, são instrumentos utilizados para a proteção, gestão e conhecimento dos bens móveis e integrados.

O primeiro presidente do SPHAN, hoje atual IPHAN, foi o escritor e jornalista Rodrigo Melo Franco de Andrade, que esteve à frente da instituição de 1937 a 1967, quando se aposentou. De forma geral, nesse período, o IPHAN contribuiu para a restauração e preservação da arquitetura e da arte barroca no Brasil, entre outras atividades, perseguindo a idéia da construção de uma identidade brasileira.

No entanto, como analisa Chuva (2003), diante do longo trabalho de defesa e preservação dos bens culturais que estava por se realizar para que a nação brasileira se constituísse, nação em um sentido de consciência moral e cultural, de pertencimento, Rodrigo Melo Franco considerava fundamental, ao mesmo tempo, reafirmar uma herança européia – portuguesa – e, em

contrapartida, negar uma possível herança indígena.

A posição que Rodrigo Melo Franco tomou nesse debate delinear, ou melhor, daria propriamente uma forma ao pensamento que se consolidou no SPHAN, ao buscar, sem regionalismos, constituir a fisionomia do Brasil que seria apresentada, no âmbito das relações internacionais que estabelecia, para garantir um pertencimento ao mundo das nações modernas (Chuva, 2003: 316).

Nota-se nesse processo um choque entre o tradicional e o moderno, entre o hegemônico e o subalterno, bem como uma dificuldade em discernir o que é típico de uma sociedade, ou o que uma política cultural deve favorecer. Segundo Canclini (1997), o discurso de preservação sempre esteve associado à unidade e à continuidade da nação como patrimônio tradicional, com espaços e bens antigos que serviriam para tornar coesa a população, mesmo que essa história e sociedade sejam híbridas. Foi nessa tradição, ou invenção da tradição, que se fundamentou a escolha de Rodrigo de Melo Franco Andrade.

À frente do SPHAN, Rodrigo de Melo Franco Andrade buscou a formação de uma cultura nacional. Segundo Hall (1999), a invenção das culturas nacionais foi composta por instituições culturais, bem como por símbolos e representações. Assim, uma cultura nacional seria um discurso, ou seja, um modo de construir sentidos que influenciariam tanto nas ações quanto nas concepções que cada um tem de si, que cada cidadão tem de si mesmo e da sua nação, construindo assim identidades nacionais.

O IPHAN passou por várias mudanças durante seus mais de 70 anos de atuação. Em sua fundação, foi denominado Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), em 1946 passou a se chamar Diretoria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (DPHAN), e em 1970 estabeleceu sua última e atual nomenclatura, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Ao longo de sua história, foram criados vários programas, como o Programa Integrado de Reconstrução das Cidades Históricas (PCH), em 1973; o Centro Nacional de Referência Cultural (CNRC), em 1975, abrangendo elementos de preservação e valorização de bens imateriais; e a Fundação Pró-Memória, em 1979.

No processo e trajetória da política federal de preservação no Brasil, Fonseca (1997) reconhece dois períodos importantes: o momento fundador, nas décadas de 1930 e 1940, e depois, o momento renovador, nas décadas de 1970 e 1980. No primeiro período, prevaleceu-se a visão modernista, segundo a qual o patrimônio deveria ser

um retrato do Brasil, predominou uma cultura elitista. Foi feito um esforço gigantesco na preservação do patrimônio edificado e dos objetos de arte produzidos no passado. No segundo período, ressurgiu a preocupação com a preservação das criações populares, com os bens de caráter imaterial, intangível, resumindo-se em um trabalho de inspiração antropológica.

Nesse último período, começa-se a buscar a participação da sociedade no processo de identificação e proteção do patrimônio cultural. Surge a discussão sobre a importância de elementos pertencentes a diversas classes sociais ou etnias, bem como um novo olhar sobre a diversidade desses elementos. Em suma, nasce a perspectiva do patrimônio ou bem cultural como forma de comunicação social.

A criação do Ministério da Cultura, em 1985, constitui um fato histórico importante em termos de gestão da preservação dos bens culturais no Brasil, pois significa a institucionalização desse processo em âmbito federal. Atualmente, estão vinculados a esse Ministério diversas instituições, tais como: o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), Agência Nacional do Cinema (Ancine), a Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), a Fundação Cultural Palmares (FCP), a Fundação Nacional de Arte (Funarte) e a Fundação Biblioteca Nacional (BN). É um aparato institucional do Estado utilizado em intervenções públicas nas esferas da sociedade e do mercado.

Outro fato histórico importante nesse sentido foi a institucionalização do Registro e do Inventário do patrimônio ou bem cultural de caráter imaterial ou intangível. Com isso, concretizou-se a diversificação e total abrangência de bens de relevância para a identidade nacional e para a manutenção de espaços públicos e sociais.

Na legislação essa questão parecia resolvida, a preservação abrangia toda a diversidade de bens culturais, mas na prática, sua interpretação está sujeita à subjetividade de processos decisórios, bem como está relacionada às questões de classes. Como ressalta Canclini (1997), o popular nessa história sempre foi o excluído. Segundo o mesmo autor, a complexidade cultural em países da América-latina, bem como sua heterogeneidade, dificultou e de certa forma ainda dificulta a preservação e gestão desses bens, onde atuam poderes oblíquos.

De forma geral, nota-se que a trajetória das políticas públicas de preservação dos bens culturais no Brasil tem característica bastante centralizadora, salvaguardando bens de caráter tradicionalista ou materiais. Essa característica perdura até a década de 1980, quando foi promulgada a Constituição de 1988, que descentraliza

a gestão de bens culturais. Nessa Constituição foi ampliado o conceito de patrimônio histórico e artístico para de patrimônio cultural, incorporando as manifestações de natureza imaterial, intangíveis, como passíveis de tombo. Tradições e manifestações culturais começaram a ser reconhecidas como elementos fundamentais da sociedade.

Outra mudança significativa nesse sentido foi a descentralização política, em que os municípios passaram a ser responsáveis pela política de preservação e disseminação da cultura nacional, regional e local. Segundo Fonseca (1997: 260-261),

as transformações ocorridas nas décadas de 70 e 80, se devidamente incorporadas a propostas atuais para uma política federal de preservação, certamente contribuirão para uma reelaboração dos princípios, dos critérios e dos procedimentos que têm norteado a produção, a proteção e a promoção do patrimônio cultural brasileiro. E, quem sabe, contribuirão também para que a prática já consolidada da preservação de bens culturais seja democratizada, no sentido de ser efetivamente apropriada, enquanto produção simbólica e enquanto prática política, pelos diferentes grupos que integram a sociedade brasileira.

Como os aspectos apresentados até aqui, incluindo o conceito de esfera pública, estão relacionados à gestão social, alguns aspectos podem ser destacados, tais como: dialogicidade entre sociedade e Estado na formulação de políticas públicas de preservação do patrimônio cultural; formação da opinião pública a respeito de bens culturais pela sociedade civil organizada e espaços públicos compartilhados entre sociedade e Estado; as mudanças históricas na legislação brasileira voltadas para o reconhecimento amplo do conceito e das ações públicas do patrimônio material e imaterial, institucionalizando um marco legal a esse respeito. Podemos considerar que a organização desses espaços e a coordenação para tomada de decisão coletiva, envolvendo organizações da sociedade civil e instituições públicas estatais, constituem condição fundamental para se compreender a gestão social de bens culturais no Brasil.

Desafios e perspectivas da gestão social de bens culturais no Brasil

O conceito e a prática de gestão social têm ganhado amplitude e reconhecimento à medida que a sociedade se torna mais democrática. Adotar a gestão social como gestão de bens culturais no Brasil significa investir em processos técnicos com ampla participação da socieda-

de civil nas decisões de caráter público, seja discutindo, articulando e realizando o controle social das políticas públicas, seja utilizando múltiplos espaços institucionais, instrumentos e metodologias participativas de formação, planejamento, supervisão e avaliação.

De acordo com Tenório (2008), a gestão social constitui um processo dialógico, em que a responsabilidade pela decisão é compartilhada entre os agentes envolvidos.

Relaciona-se com o conjunto de processos sociais na qual a ação gerencial se desenvolve por meio de uma ação negociada entre seus atores, perdendo o caráter burocrático em função de uma relação direta entre o processo administrativo e a múltipla participação social e política. O que se busca, dessa forma, é o atendimento das atuais necessidades e desafios da administração quanto à democracia e à cidadania participativa, aplicando-se técnicas de gestão que consideram o intercâmbio dos vários atores envolvidos nos processos administrativos, estimulando o convívio e o respeito “às diferenças (Tenório, 2003: 07).

Diferentemente da gestão estratégica, que é determinada pelo mercado e prima por um processo de gestão de competição, em que a determinação é excluir o concorrente e o lucro é o seu objetivo principal, a gestão social é determinada pela solidariedade entre os participantes, na qual todos têm voz ativa. Enquanto que na gestão estratégica o que importa é o indivíduo por meio de um monólogo, na gestão social o diálogo ganha grande importância e só acontece com a participação da coletividade (Tenório, 2008).

A esfera pública habermasiana constitui o locus da gestão social, já que prevalece a cultura política de liberdade, de socialização política, esclarecedora, de iniciativas formadoras de opinião pública originadas na sociedade civil. É notório que nesse ambiente em construção, com a gestão social, novos valores são levados em consideração, valores esses embasados na perspectiva do bem-estar social (Dowbor, 1999). Assim, a gestão social é entendida

como processo gerencial dialógico em que a autoridade decisória é compartilhada entre os participantes da ação (ação que possa ocorrer em qualquer tipo de sistema social – público, privado ou de organizações não-governamentais). O adjetivo social qualificando o substantivo gestão será entendido como o espaço privilegiado de relações sociais no qual todos têm o direito à fala, sem nenhum tipo de coação. (Tenório, 2008: 39).

Para Tenório (2010), esse marco conceitual enfatiza “a necessidade de que os gestores, qualquer que seja a configuração jurídica da organização, possam atuar sob uma perspectiva na qual o determinante de suas ações deve ser a sociedade e não o mercado” (Tenório, 2010: 57).

Na gestão social, a tomada de decisão é coletiva, livre de coerção, baseada no entendimento, na argumentação e não na negociação no sentido utilitarista, prevalece a transparência pública, pois o processo dialógico implica na crítica coletiva das informações levantadas, disponíveis a todos os participantes, características fundamentais da ação comunicativa habermasiana. A gestão social busca proporcionar condições à emancipação dos indivíduos, baseando-se na democracia deliberativa, na formação da consciência crítica de seres humanos dotados de razão e na esfera pública.

França Filho (2008) coloca que a gestão social diz respeito à gestão das demandas e necessidades do social, que deve ser considerada como uma categoria inventada no seio da modernidade, no momento em que a sociedade estratifica as diversas esferas de ação dos sujeitos. Esse autor defende a gestão social como modo de gestão da esfera pública não estatal, fundamentada na racionalidade substantiva, na solidariedade e em objetivos sociais, políticos, ecológicos e culturais.

O termo “gestão social” é relacionado, em alguns casos, à própria idéia de política social, o que não capta sua real essência, que diz respeito à expectativa de consolidação e aprofundamento da democracia a partir do maior envolvimento de atores sociais no interesse público não estatal.

A gestão social constitui a forma mais adequada para a gestão de bens culturais e apresenta as melhores perspectivas no contexto democrático de consolidação da democracia brasileira, porque a preservação do patrimônio cultural expressa interesse público, envolve a formação de uma coletividade (rede de indivíduos, organizações públicas estatais e não estatais) representada pela esfera pública, estabelece relações democráticas ao valorizar a diversidade cultural e respeitar os direitos dos cidadãos, bem como estimula o desenvolvimento local por meio do turismo.

No contexto da sociedade brasileira, a gestão social de bens culturais encontra os seguintes desafios: a cultura erudita, que não atinge nem legitima as classes populares, ainda representa grande parte dos bens culturais preservados e com políticas públicas voltadas para seu desenvolvimento, apesar de se verificar mudanças nesse contexto; superação da situação elitista que envolve a preservação de bens culturais, como observa Magalhães (1997), o conceito de bem cultural no Brasil ficou por

muito tempo restrito aos bens móveis e imóveis, impregnados de valor histórico (essencialmente voltados para o passado), ou aos bens da criação individual espontânea, como as pinturas e arquiteturas, quase sempre de apreciação e caráter elitista. É necessário fazer entender que a cultura e o patrimônio servem, entre outras coisas, para que as sociedades possam repensar seus significados, suas atitudes e anseios no presente e o que almejam para seu futuro; aprender e ensinar a reviver e preservar o passado, estimulando as atitudes libertadoras e reflexivas, que podem alterar os rumos e legitimar novas formas de relações e representações, pautadas em novas formas de organização social; mudar a postura de preservar e crescer para alcançar o desenvolvimento sustentável.

Por outro lado, a gestão de bens culturais apresenta as seguintes perspectivas: o turismo como atividade econômica e cultural tem contribuído para a popularização e conscientização da preservação de bens culturais, bem como para legitimar a gestão social; a gestão social de bens culturais inclui a sociedade, estimula a participação cívica dos cidadãos na preservação do patrimônio histórico e artístico cultural e legitima as representações culturais da sociedade; a gestão social é um elemento indispensável para a preservação dos bens culturais no Brasil, visto que estes podem converter-se em importantes quesitos para a emancipação da sociedade brasileira e para a legitimação de uma identidade social; superação do sentido utilitário dos bens culturais, pois, como ressalta Zanirato e Ribeiro (2006), o conceito de patrimônio cultural e até mesmo o de patrimônio natural passaram por um amadurecimento em decorrência de mudanças sociais e culturais das diversas esferas da sociedade; observa-se, no trabalho de Aloísio Magalhães, elementos importantes para a criação de uma nova via, uma nova trajetória de preservação dos bens culturais por meio da gestão social; o esforço de conhecer, de analisar, de proteger e de incentivar os componentes autênticos do patrimônio cultural da nação brasileira deve passar por uma perspectiva de esfera pública e pela gestão social; outro elemento relevante nesse processo são os espaços públicos, onde são construídos a maioria dos bens culturais, indispensáveis para a memória de um povo, e são nos espaços públicos que se torna possível a gestão social.

Sendo assim, para a preservação e gestão social dos bens culturais a esfera pública é entendida como espaço por excelência da intersubjetividade, enquanto espaço que existe e é sustentado em função da pluralidade e da diversidade humana. Segundo Jovchelovitch (2000), a esfera pública introduz a noção de transparência e prestação de contas como um espaço que encontra sua ex-

pressão no diálogo e no conceito habermasiano de ação comunicativa, condição fundamental para o desenvolvimento da gestão social.

Bibliografia

Anico, Marta

2005 "A pós-modernização da cultura: patrimônio e museus na contemporaneidade". *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, v. 11, n. 23, p.71-86.

Brasil

1988 "Constituição: República Federativa do Brasil". Brasília: Senado Federal.

Bosi, Alfredo

1922 "Dialética da colonização". São Paulo: Cia. das Letras.

Canclini, Nestor Garcia

1997 "Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade". São Paulo: Edusp.

Charaudeau, Patrick

2003 "El discurso de la información. La construcción del espejo social. Barcelona: Gedisa.

Choay, Françoise

2001 "A Alegoria do Patrimônio". São Paulo: UNESP.

Chuva, Márcia

2003 "Fundando a nação: a representação de um Brasil barroco, moderno e civilizado". *TOPOI*, v. 4, n. 7, p. 313-333.

Dowbor, Ladislau

1999 "Tendências da gestão social". *Saúde e Sociedade*. São Paulo, v. 8, n. 1, p. 3-16.

Fonseca, Maria Cecília Londres

1997 "O patrimônio em processo: trajetória da política federal de preservação no Brasil". Rio de Janeiro: UFRJ/IPHAN.

Fonseca, Maria Cecília Londres

2001 "A Invenção do Patrimônio e a Memória Nacional". In: Bomeny, H. (Org.). *Constelação Capanema: intelectuais e políticas*. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getulio Vargas; Bragança Paulista (SP): Ed. Universidade de São Francisco.

Fonseca, Maria Cecília Londres

2003 "Referências culturais: base para novas políticas de Patrimônio". In: Brasil. Ministério da Cultura/ Instituto do Patrimônio Histórico e artístico Nacional. *Patrimônio Imaterial: O registro do Patrimônio Imaterial: Dossiê final das atividades da Comissão e do Grupo de Trabalho Patrimônio Imaterial*.

França Filho, Genauto C. de

2008 "Definindo Gestão Social". In: Silva Jr., J. T.; Mäsih, R. T.; Cançado, A. C.; Schommer, P. C. (Orgs.). *Gestão Social: práticas em debate, teorias em cons-*

trução. Fortaleza: Imprensa Universitária.

Funari, Pedro Paulo e Pelegrini, Sandra C. A.

2009 "Patrimônio histórico e cultural". Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Gomes, Wilson

2006 "Apontamentos Sobre o Conceito de Esfera Pública". In: Maia, R.; Castro, M. C. P. (Orgs). *Mídia, Esfera Pública e Identidades Coletivas*. Belo Horizonte: Editora UFMG.

Gonçalves, J. Reginaldo Santos

1996 "A retórica da perda: os discursos do patrimônio cultural no Brasil". Rio de Janeiro: UFRJ; IPHAN.

Guimarães, R. G.

2007 "A Participação da Sociedade na Construção das Políticas Públicas Culturais no Brasil: um recurso gerencial ou de poder?" *Cadernos Gestão Social*, Salvador, v. 1, n. 1, Ed. Especial, p. 1-17.

Habermas, Jürgen

1997 "Direito e democracia". Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

Habermas, Jürgen

2003 "Mudança Estrutural da Esfera Pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa". Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

Hall, Stuart

1999 "A identidade cultural na pós-modernidade". Rio de Janeiro: DP&A.

IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

2009 "Patrimônio Imaterial". Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do;jsessionid=3390CD870C5D3A970483D1BD31E23E87?id=10852&retorno=paginaIphan>. Acesso em: 15 de julho de 2009.

Jovchelovitch, S.

2000 "Representações sociais e esferas públicas". Petrópolis: Vozes.

Lemos, Carlos.

2006 "O que é patrimônio histórico?" São Paulo: Brasiliense.

Magalhães, Aloísio

1997 "E Triunfo?: a questão dos bens culturais no Brasil". Rio de Janeiro: Nova Fronteira; Fundação Roberto Marinho.

Merriam, N.

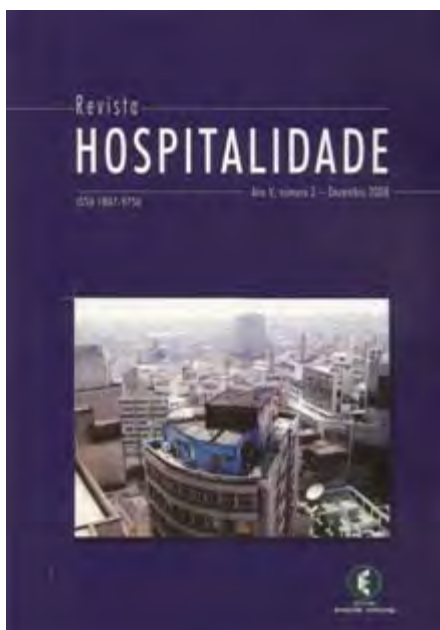
1991 "Beyond the glass case: the past, the heritage and the public". Leicester: Leicester University Press.

Morel, Marco

2005 "As transformações dos espaços públicos: imprensa, atores políticos e sociabilidades na cidade imperial (1820-1840)". São Paulo: Hucitec.

- Santos, Cecília Rodrigues dos
2001 “Novas fronteiras e novos pactos para o patrimônio cultural”. São Paulo em Perspectiva, São Paulo, v. 15, n. 2, p. 43-48.
- Tenório, Fernando Guilherme
2003 “Gestão Social: Metodologias e Casos”. Rio de Janeiro: FGV.
- Tenório, Fernando Guilherme
2008 “(Re)visitando o conceito de gestão social. In: Silva Jr., J. T.; Mäsih, R. T.; Cançado, A. C.; Schommer, P. C. (Orgs.). Gestão Social: práticas em debate, teorias em construção. Fortaleza: Imprensa Universitária.
- Tenório, Fernando Guilherme
2010 “Gestão Social: uma réplica”. In: Rigo, Ariádne Scalfoni; Silva Júnior, Jeová Torres; Schommer, Paula Chies; Cançado, Airton Cardoso. Gestão Social e Políticas Públicas de Desenvolvimento: Ações, Articulações e Agenda. Recife: UNIVASF.
- Thompson, J. B.
1995 “Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes.
- UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
2003 “Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial”. Disponível em: http://www.unesco.pt/cgi-bin/cultura/docs/cul_doc.php?idd=16. Acesso em: 29 de novembro de 2010.
- Zanirato, Silvia Helena e Ribeiro, Wagner Costa
2006 “Patrimônio cultural: a percepção da natureza como um bem não renovável”. Revista Brasileira de História. São Paulo, v. 26, n. 51, p. 251-262.

Recibido: 23/06/10
Reenviado: 05/02/11
Aceptado: 16/02/11
Sometido a evaluación por pares anónimos



Revista Hospitalidade

<http://www.revistas.univerciencia.org/turismo/index.php/hospitalidade>

Prezados Pesquisadores

O Programa de Mestrado em Hospitalidade, da Universidade Anhembi Morumbi, tem a honra de divulgar o lançamento da versão eletrônica da **REVISTA HOSPITALIDADE**, disponível Portal de Revistas Científicas em Turismo:

<http://www.revistas.univerciencia.org/turismo/index.php/hospitalidade>.

A consolidação desta conquista é um esforço conjunto entre o Programa de Mestrado em Hospitalidade e a ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, com o apoio do CEDUS - Centro de Estudos em Design de Sistemas Virtuais Centrado no Usuário da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, responsável pelo desenvolvimento e manutenção desse repositório.

A **REVISTA HOSPITALIDADE** é uma publicação dedicada à reflexão sobre o tema da hospitalidade em seus mais diferentes aspectos, contemplando idéias e pesquisas relacionadas com as áreas de Turismo, Planejamento, Gestão Empresarial, Formação de Recursos Humanos, Geografia Humana, Gastronomia, Administração e outras áreas correlatas, objeto de estudo de cursos de pós-graduação *Stricto Sensu* de todo Brasil e também do exterior.

Convidamos a todos para acessar os números que já foram publicados, bem como enviar textos que englobem a temática tratada na revista.

Circuito turístico Montanhas Mágicas da Mantiqueira (Minas Gerais - Brasil): uma análise multidimensional

Jean Max Tavares ⁱ
Jonas Antônio Vieira Junior ⁱⁱ
Jordânia Regina Mariano Batista ⁱⁱⁱ

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (Brasil)

Resumo: O circuito turístico Montanhas Mágicas da Mantiqueira (CT MMM) não obteve a renovação de seu certificado para o período 2010-2011 junto ao governo de Minas Gerais. Com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento deste CT, este artigo faz uma análise multidimensional desse circuito por meio de dados secundários e de ferramentas de geoprocessamento, abordando sua disponibilidade de acesso, principais polos em potencial para emissores de turistas ao circuito, a adequação do seu município pólo e a tipologia dos atrativos turísticos de forma comparativa com os existentes em CT's próximos ou contíguos. Observou-se que, para as duas primeiras variáveis analisadas, o CT MMM encontra-se em uma situação privilegiada, o que não se pode dizer das variáveis remanescentes, sendo necessária uma readequação de seu município pólo e uma busca maior pela diferenciação de seus atrativos turísticos. Recomenda-se ainda que novas variáveis sejam analisadas, a fim de que se tenha uma visão mais abrangente da situação do circuito.

Palabras-chave: Circuitos turísticos; Montanhas Mágicas da Mantiqueira; Geoprocessamento

Title: Montanhas Mágicas da Mantiqueira tourist circuit – a multidimensional analysis

Abstract: The Montanhas Mágicas da Mantiqueira tourist circuit not obtained the renovation of its certificated for the period of 2010-2011 with the Minas Gerais government. To contribute to the development of this CT, the article presents a multidimensional analysis of this circuit by means of secondary data and GIS tools, addressing availability of access, the main poles in potential for outbound travel to the circuit, the adequacy of its city center and typology of tourist attractions in comparative form with the existing CT's close or contiguous. It was observed that for the first two variables, CT MMM is in a privileged situation, which can't be said of the remaining variables, requiring a readjustment of its city center and a search for greater differentiation of their attractive tours. It is further recommended that new variables are analyzed, so that it has a broader view of the situation of the circuit.

Keywords: Tourist Circuits; Montanhas Mágicas da Mantiqueira; Geoprocessing.

ⁱ Doutor em Economia (UFRGS), Professor de Economia. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC/MG). E-mail: jeanpucminas@uol.com.br

ⁱⁱ Bacharel em Geografia (PUC/MG). E-mail: jonasgeografo@gmail.com.br

ⁱⁱⁱ Graduanda em Turismo (PUC/MG). E-mail: jomariano00@hotmail.com

Introdução

Minas Gerais, apesar de ser um dos principais emissores e receptor de turistas (FIPE, 2006) no Brasil, ainda convive com regiões onde o turismo é bastante desenvolvido (região sul) e outras em que esta atividade é incipiente (Vale do Jequitinhonha).

Uma das formas que a Secretaria de Turismo parece ter encontrado para estimular algumas áreas e consolidar outras foi a de reconhecimento e certificação de circuitos turísticos (SETUR, 2010). Porém, essa política não apresentou resultados homogêneos e tampouco produziu uma homogeneidade nos estágios de desenvolvimento de cada circuito (Tavares et al, 2010) por diversas razões.

Mesmo tendo conseguido o reconhecimento e a certificação, alguns circuitos não lograram êxito na etapa seguinte, qual seja, a de renovação desse certificado por parte da SETUR, dado que a mesma exige uma série de requisitos a serem cumpridos, tais como a entrega de atas das reuniões trimestrais, apresentação de calendário oficial do circuito, manutenção de inventário turístico atualizado e de um centro de informação turística sob sua administração, dentre outras.

Porém, entende-se que a obtenção da renovação e a própria sobrevivência do circuito vão muito além de questões administrativas e sim da verificação das condições de acessibilidade que o mesmo apresenta, a adequação de seu município pólo, a análise dos atrativos turísticos em comparação com os daqueles localizados de forma contígua e ou próximos, a existência de um planejamento estratégico para o circuito e até mesmo o redimensionamento da demanda, observando, por exemplo, os principais polos com potencial para emissão de turistas ao circuito.

Assim, dado que o CT Montanhas Mágicas da Mantiqueira, localizado na região sul de Minas não obteve a renovação de sua certificação no período 2010-2011 (SETUR, 2010), os aspectos supracitados serão alvo de análise por parte desse artigo, a qual contará com uma abordagem que faz uso, de forma complementar, de ferramentas de geoprocessamento, sendo tal metodologia descrita de forma mais sucinta em seção oportuna.

Revisão da literatura

Embora ainda seja relativamente pequena, a literatura que trata da formação, monitoramento e consolidação de circuitos turísticos tem experimentado um razoável crescimento desde o início desta década (Gonçalves, 2003; Santos, 2004; Teixeira et al, 2006; Gomes et al, 2006; Oliveira, 2007; Brida et al, 2008; Do-

mingos e Ribeiro, 2008; Emmendoerfer, 2008; Gomes et al, 2008; Oliveira, 2008; Bercial e Timón, 2009; González e Mendieta, 2009; Araújo, 2010; Tavares et al, 2010).

Nos trabalhos supracitados, as razões pelas quais se deve formar um CT vão desde a possibilidade de inclusão de municípios com atrativos turísticos mas sem infra-estrutura para receber turistas até a facilidade para obtenção de recursos públicos quando tais municípios são organizados institucionalmente.

Sob o ponto de vista do turista, a constituição de CT's pode trazer benefícios sob vários aspectos, como, por exemplo, a existência de roteiros elaborados de forma mais técnica, considerando acessibilidade, grau de atratividade e tempo disponível, bem como o tratamento mais profissional da atividade turística por parte dos municípios integrantes.

Considerando o setor público em termos municipais, a formação de um CT seria positiva em função de poder contar com os ganhos de escala decorrentes de ações tomadas em conjunto pelos seus integrantes, como, por exemplo, a elaboração de mapas temáticos com os atrativos turísticos de toda a região.

Por fim, Weindelfeld et al (2010:605) ressaltam a importância de se agrupar municípios para a promoção da atividade turística ao afirmarem que "vários pesquisadores tem comentado sobre a função do cluster espacial e da proximidade espacial no que se refere à elevação na transferência do conhecimento e inovações no turismo", dentre os quais são citados os trabalhos de Jackson (2006) e Sorensen (2007).

Uma vez justificada a formação de CT's, a literatura correspondente trata de sua estruturação. Em princípio, os circuitos são organizados a partir da união (formal ou informal) de municípios localizados próximos uns dos outros e que tenham similaridades sob aspectos tais como o tipo de turismo que pode ser praticado, estilo de vida, principal atividade econômica, condições climáticas, dentre outras. Esse cenário deve implicar na formação de uma identidade regional de tal forma que o turista perceba que visitará "apenas um local e, ao mesmo tempo, vários locais".

Dreher e Salini (2008:1) fazem um breve "roteiro" de como o CT deve ser estruturado ao afirmarem que

"(...) o governo (...) cria as políticas públicas e define regiões turísticas de posse de dados e (in)tenções dos agentes regionais. Neste ínterim, os territórios são fragmentados em novas realidades espaciais e políticas, ou seja, em regiões turísticas definidas. Após esta definição, parte-se para a elaboração de políticas públicas específicas, que possam resultar na ordenação das ações de um

desenvolvimento turístico regionalizado. Em decorrência disto, criam-se produtos turísticos regionais.”

Em Minas Gerais, a estrutura dos CT's é regida pelo Decreto Lei 43.321, de junho de 2003 e, uma vez, obtida a certificação junto à SETUR-MG, a associação gestora do CT deve realizar a renovação do mesmo anualmente, através do cumprimento de uma série de requisitos, tais como a realização de eventos, relatórios de pesquisa de demanda anual, levantamento de oferta turística, dentre outros.

Domingos e Ribeiro (2008:3), em trabalho recente sobre o CT Grutas e Mar de Minas indagam, “se alguns circuitos estão consolidados e outros não, quais são os entraves e quais são os fatores que podem dinamizar a implantação desse modelo de gestão?”.

Em pesquisa realizada por Gomes et al (2008:14) junto aos gestores de CT's de Minas Gerais, os autores verificaram que “a falta de infra-estrutura básica, a falta de conhecimento sobre turismo por parte da população local e a escassez de mão de obra qualificada são fatores que dificultam a consolidação do CT”. Além destes, a falta de apoio político local, ausência de sustentabilidade financeira, sazonalidade e a inexistência de um planejamento adequado dos destinos e áreas turísticas afetam de forma negativa o desenvolvimento de um CT.

A literatura relacionada ao turismo aponta vários autores que tem dedicado boa parte de suas pesquisas ao planejamento de destinos turísticos, (Inskeep, 1991; Gunn, 1993; Gunn, 1994; Pearce, 1995; Costa, 1996; Dredge, 1999; Boers e Cottrell, 2005; Almeida, 2006), visto que a sua ausência certamente contribui para o insucesso de vários circuitos turísticos. Isto porque, na medida em que o planejamento estratégico considera o entorno como variável essencial no processo, sua aplicação na constituição e gestão dos circuitos turísticos torna-se indispensável. (Beni, 2001).

Embora o planejamento dos destinos turísticos seja de fundamental importância para o desenvolvimento do CT, o mesmo esbarra em alguns dos elementos outrora citados como barreiras a esse desenvolvimento, tais como insuficiência de recursos financeiros e de capital humano. Porém, talvez o maior impedimento ao planejamento estratégico destes CT's seja a descontinuidade dos projetos políticos locais e regionais em razão da alternância do poder que ocorre de forma periódica. Nesse caso, a melhor solução seria dotar de independência e autonomia os setores responsáveis pelo planejamento da área turística, permitindo a implementação de estratégias de curto, médio e longo prazo.

Isto posto, a renovação da certificação antes mencionada, exige monitoramento contínuo do desenvolvimen-

to do CT sob diversas variáveis, para que, se necessário, se façam as modificações estruturais para garantir seu pleno funcionamento.

Variáveis de monitoramento

Disponibilidades de acesso

Em um país onde o uso de rodovias é intenso – em detrimento do transporte fluvial ou ferroviário – as disponibilidades de acesso certamente tem um peso importante na escolha do destino turístico e, consequentemente, para o desenvolvimento e consolidação de um CT.

A disponibilidade de acesso é primordial em razão de que a idéia inerente à formação de CT's baseia-se, dentre outros aspectos, na visita a municípios integrantes do circuito para conhecer ou desfrutar dos seus atrativos e retornar no mesmo dia ao município pólo, o que depende, necessariamente, das condições de acesso existentes.

Portanto, não basta apenas o município pólo do CT possuir boas disponibilidades de acesso. Os demais municípios (unidades turísticas) formadores do CT também devem ser interligados ao máximo possível por vias de acesso, otimizando o trajeto a ser feito, evitando, por exemplo, a necessidade de retorno ao município pólo por várias vezes – tempo que o turista geralmente não dispõe.

Segundo Dredge (1999:786), a importância das rotas de circulação no processo de decisão de viagem para um destino é dada por várias formas, “tais como a disponibilidade de ligações diretas, a qualidade do cenário em rotas alternativas, transporte usado e o posicionamento de mercado”, além do fato de que, segundo Pearce (1995), um turista pode escolher uma rota para voltar ao seu local de origem diferente da que percorreu para chegar ao destino turístico.

Principais polos emissores de turistas para o CT

Uma questão importante para qualquer destino turístico que deseja revitalizar-se é obter o máximo de informações possíveis acerca de sua demanda real e, principalmente, potencial.

Em relação à demanda real, o destino turístico deve identificar perfil, condições sócio-econômicas, duração de viagem e origem dos turistas. Porém, estes – embora precisem ser conquistados a cada nova viagem – já foram “ganhos”, crescendo a importância da demanda potencial, ou seja, daqueles indivíduos que possuem mais chances de vir a conhecer o destino turístico em um futuro próximo.

Considerando que o turista brasileiro viaja predomi-

nantemente de automóvel (FIPE, 2006), a distância que o mesmo deve percorrer não deve ser muito longa, pois, caso contrário, implicaria em um cansaço desnecessário tanto para ir quanto para voltar. Logo, com base em uma velocidade média de 80 Km/h (incluindo tempo para realização de paradas, imprevistos, dentre outros) e partindo da hipótese de que o turista não viaja mais que 7 e 8 horas por dia, em média, a distância plausível de ser percorrida seria de cerca de 600 Km.

Isto posto, considerando esta distância e o tempo destinado para a realização do deslocamento origem-destino de no máximo 1 dia, pode se inferir que os indivíduos residentes até esta distância (raio de 600 Km) do CT sejam seus potenciais turistas (Dredge, 1999), cabendo mapear as principais cidades existentes nessa área a fim de que seja possível realizar investimentos de promoção turística com maiores possibilidades de retorno.

Cabe ressaltar ainda que, embora o meio de transporte aéreo seja bastante utilizado pelos turistas, uma parte considerável de regiões possuidoras de atrativos turísticos não possui aeroporto que permita a operação de aeronaves de grande porte. No caso de Minas Gerais, em particular, essa cenário também se confirma, conforme informações da INFRAERO (2010).

A adequação do município polo

A escolha adequada do município pólo influencia de forma significativa o desenvolvimento e a consolidação de um CT e vários parâmetros devem ser considerados para esta escolha.

Dentre eles, é possível citar a infra-estrutura turística (hotéis, restaurantes, locadoras de automóveis, etc), o “peso” político do município na região, sua importância econômica, sua centralidade geográfica em relação aos demais municípios integrantes do circuito, as condições de acesso, os atrativos turísticos (tanto em termos quantitativos quanto ao seu grau de importância), a proximidade com um grande centro emissor de turistas, dentre outros.

Uma vez escolhido o município polo, deve-se observar se o mesmo não exerce a “captura” do CT em questão. Na prática, isso ocorreria quando o município pólo torna-se ou sente-se mais importante que o próprio CT, ou seja, a relação de dependência fica invertida, perdendo a noção de mais um integrante com uma função bem definida (base distribuidora de turistas aos demais municípios) e indo em direção à centralização das atividades do setor em seus domínios geográficos, o que deveras contribuirá para o afastamento e enfraquecimento natural dos demais municípios do CT. Tal captura parece ter sido confirmada por Tavares et al (2011) em relação ao CT das Águas, também localizado em Minas Gerais

e próximo ao CT Montanhas Mágicas da Mantiqueira, onde o município de São Lourenço exerce demasiada influência nos rumos do CT no qual se insere.

Atrativos turísticos do circuito

Em um cenário de intensa competição por negócios e, por que, por turistas – podendo resultar no que Santos (2000) chamou de “guerra de lugares” – a tipologia dos atrativos turísticos existentes são fundamentais para que o CT se posicione nesse mercado, dado que grande parte dessa competição se dá com base nesses atrativos e na imagem que estes transmitem aos turistas em potencial (Jiménez e Vargas, 2009; Santillan, 2010).

Porém, “atrativos turísticos similares” tais como aqueles associados à natureza (rios, cachoeiras, serras, montanhas, etc) podem intensificar a competição entre os circuitos, principalmente se estes forem próximos ou contíguos, o que pode acabar levando a uma “guerra de preços”, situação que deve ser fortemente evitada.

Mas como verificar se um atrativo turístico pode garantir uma vantagem competitiva ao circuito? Segundo Melián-González e Garcia-Falcon (2003:722), “somente quanto um recurso é escasso (ou seja, quando eles não são homogêneos entre os destinos) é que se obtém uma vantagem competitiva”.

Na realidade, o CT deve se “reinventar” continuamente, visto que o turista parece estar mais exigente em termos de “novidades”, com maiores chances de migrar para outros destinos turísticos e, quando não o faz, parece vir a gastar menos ao visitar o destino novamente (Alegre e Juaneda, 2006). Além disso, segundo Hjalager (2002), as inovações em turismo são difíceis de serem implementadas e, ao mesmo tempo, relativamente fáceis de serem imitadas.

CT Montanhas Mágicas da Mantiqueira (CT MMM)

O CT MMM é composto por 8 municípios, conforme quadro 1, e possui média populacional de 5.277, ou seja, o CT é caracterizado por pequenos municípios – com destaque para Andrelândia, com população superior a 12 mil habitantes e Seritinga, com menos de 2 mil habitantes (IBGE, 2001).

A economia desses municípios baseia-se, em primeiro lugar, na produção agrícola (principalmente milho) e agropecuária (gado leiteiro), seguida pelo setor terciário, sendo a indústria ainda incipiente na região, com exceção da existência de laticínios na região (IBGE, 2001).

Como o CT MMM situa-se na região da Serra da Mantiqueira, no sul de Minas, existe naturalmente

| Circuito Turístico | Município polo | Quantidade de municípios | Nome dos municípios |
|----------------------------------|----------------|--------------------------|---|
| Montanhas Mágicas da Mantiqueira | Aiuruoca | 8 | Andrelândia, Arantina, Bom Jardim de Minas, Minduri, Passa Vinte, São Vicente de Minas e Seritinga. |

Quadro 1 – Circuito turístico Montanhas Mágicas da Mantiqueira. Fonte: Elaborada pelos autores a partir de dados da Secretaria de Turismo do Estado de Minas Gerais (2010).

mais dificuldade de se atrair indústrias em razão dos obstáculos impostos (e necessários) pelos agentes reguladores do meio ambiente e de sua reduzida disponibilidade de mão-de-obra. Logo, os municípios integrantes desse CT devem buscar o desenvolvimento do turismo como forma de estimular sua economia, gerar empregos e renda, além de contribuir com a auto-estima de seus habitantes por meio da divulgação de suas belezas naturais.

Metodologia

Essa pesquisa é do tipo exploratória, visto que investiga aspectos relacionados ao desenvolvimento de CT's e, em particular, do CT MMM, o qual possui menos de 5 anos de reconhecimento formal (SETUR, 2010).

Em relação à base de dados, estes foram obtidos junto ao portal de informações do CT MMM (Montanhas Mágicas da Mantiqueira, 2010), Descubraminas (2010), IBGE (2001), Prefeitura Municipal de Aiuruoca (2010) e Assembleia Legislativa de Minas Gerais (2010).

Os aspectos analisados dizem respeito às disponibilidades de acesso, aos principais polos em potencial para emissores de turistas ao circuito, a adequação do município polo e os atrativos turísticos de forma comparativa com CT's próximos ou contíguos.

A análise dos dois primeiros aspectos faz uso de mapas gerados a partir da base cartográfica digital do IBGE (2005) e com o auxílio do SIG – Sistemas de Informação Geográficos – ArcGIS 9.2 e dos dois aspectos remanescentes utiliza-se de informações das fontes supracitadas.

Resultados

Disponibilidades de acesso

Quanto à malha rodoviária da região do sul de Minas, esta parece ser bastante desenvolvida em termos quantitativos, restando uma análise a ser feita quanto à qualidade das mesmas, até por que sua proximidade com grandes centros – São Paulo e Rio de Janeiro, principalmente – tende a ampliar as disponibilidades de acesso (Tavares et al, 2010).

Pela figura 1, observa-se que o CT TAM possui uma malha rodoviária que atende de forma adequada às necessidades de deslocamento entre o município polo e os demais municípios integrantes do CT.

Como a estrutura do CT é montada de tal forma permitir com que o turista conheça os atrativos turísticos dos municípios e retorne no mesmo dia ao município polo – principalmente para fins de hospedagem e alimentação – verifica-se que este direcionamento pode ser cumprido no CT MMM.

Cabe ressaltar, todavia, que o município de Passa Vinte não está localizado tão próximo de Aiuruoca, o que talvez requiera uma viagem “exclusiva” para o mesmo. Mas, considerando apenas as disponibilidades de acesso, Seritinga talvez fosse o município mais adequado para ocupar o papel de polo em razão de sua localização. Porém, outros requisitos são necessários para que um município exerça tal posto, conforme será discutido em seção oportuna.

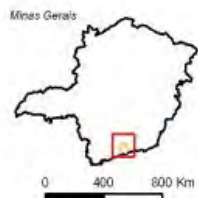
Principais polos em potencial para emissores de turistas para o CT

Observa-se, pela figura 2, que o CT MMM tem três das mais importantes capitais do país em seu raio de influência – São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte – sendo os dois últimos os principais emissores de turistas do Brasil, segundo dados da FIPE (2006).

Destaca-se ainda que Curitiba, capital paranaense, encontra-se também muito próxima dessa área de influência e praticamente todo o Estado do Espírito Santo, o que pode ampliar ainda mais o número de turistas em potencial para o circuito. Além disso, ainda estão nessa área de influência municípios com mais de 500 mil habitantes, tais como Uberlândia e Juiz de Fora (Minas Gerais), Campinas e Jundiaí, (São Paulo) e Niterói (Rio de Janeiro), dentre outras.

Para fins de desenvolvimento do marketing turístico da região, o CT MMM tem, portanto, diversas cidades com alto potencial em termos emissores de turistas onde se pode realizar campanhas publicitárias e atividades promocionais com o intuito de divulgar a região e seus atrativos turísticos. Como normalmente existe escassez de recursos para esta finalidade, as cidades que

Localização e acesso ao Circuito Turístico Montanhas Mágicas da Mantiqueira - MG



- Limite Estadual
- Limite Municipal
- CT Montanhas Mágicas
- Rodovias



0 9 18 Km

Sistema de Coordenadas Geográficas
Datum SAD69
Fonte: IBGE-Base Cartográfica Digital, 2005
Elaboração: os autores, 2010

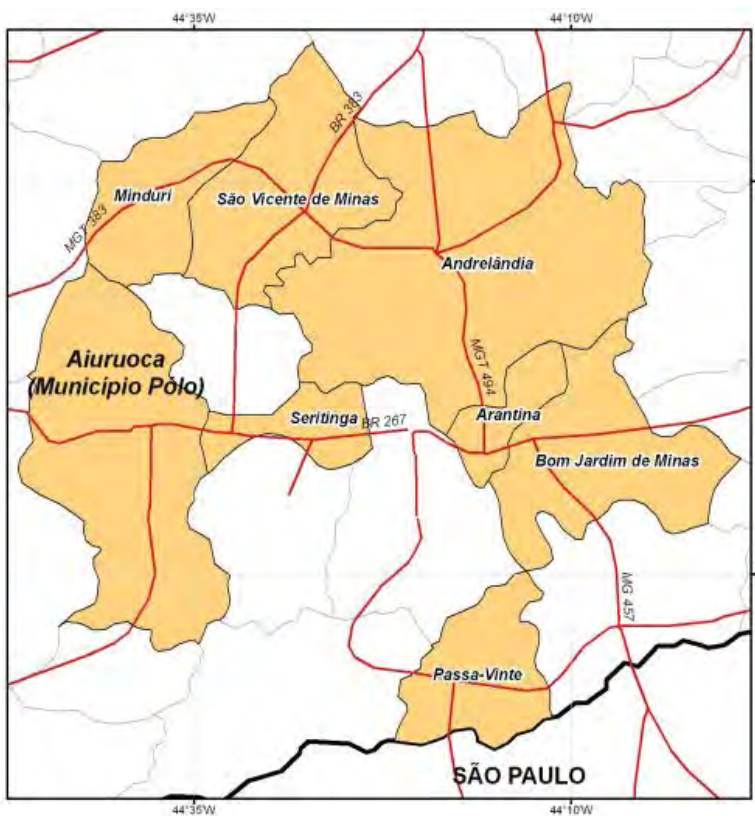


Figura 1. Localização e acesso ao Circuito Turístico Terras Altas da Mantiqueira. Fonte: Elaborado pelos autores.

Área de influência do Circuito Turístico Montanhas Mágicas da Mantiqueira - MG

BRASIL - Região Sudeste - MG



0 1.500 3.000 Km

- Limite Estadual
- Circuito turístico analisado
- Área de Influência (600 Km)
- Capitais Federais



0 150 300 Km

Sistema de Coordenadas Geográficas
Datum SAD69
Fonte: IBGE-Base Cartográfica Digital, 2005
Elaboração: os autores, 2010



Figura 2. Área de influência do Circuito Turístico Terras Altas da Mantiqueira. Fonte: Elaborado pelos autores.

se enquadram nesse “círculo” devem ter prioridade de investimento em um eventual planejamento de marketing e, em havendo ainda recursos disponíveis, buscar a divulgação para localidades “além desse círculo”.

A adequação do município polo

Distante 370 Km da capital, Belo Horizonte, Aiuruoca possui mais de 20 cachoeiras (Deus me Livre, dos Garcias, da Esperança, dentre outras), igrejas importantes (Matriz Nossa Senhora da Conceição e de Santana da Guapiaba) e, principalmente, o Pico do Papagaio (Prefeitura Municipal de Aiuruoca, 2010).

Conforme se observa na tabela 1, o município polo do CT MMM, Aiuruoca, não ocupa o primeiro lugar em praticamente nenhuma variável analisada. Observa-se que Andrelândia é o município que possui maior população e PIB, além de possui o maior número de leitos hospitalares e de bancos em comparação com os demais do circuito, o que dificulta a compreensão do mesmo não se constituir no município pólo do CT.

Outro município que possui uma economia pujante – para a realidade do CT MMM – e maior população que Aiuruoca é Bom Jesus de Minas. Porém, este possui apenas 3 meios de hospedagem (Descubraminas, 2010), o que certamente anula qualquer outra vantagem comparativa que venha a apresentar em relação aos demais.

Dessa forma, as razões para Aiuruoca ocupar o papel de “distribuidor” de turistas aos demais municípios integrantes do circuito, embora esteja distante de boa parte desses municípios, seriam a beleza e singularidade de seus atrativos turísticos, a sua maior infra-estrutura hoteleira – 19 meios de hospedagem (Descubraminas, 2010) – ou até mesmo seu peso político na região.

Comparação dos atrativos turísticos com os existentes em CT's próximos ou contíguos

Os principais atrativos turísticos do CT MMM remetem ao turismo de aventura e cultural (quadro 2) sendo os CT's Terras Altas da Mantiqueira e das Águas os seus principais competidores em termos geográficos e de disponibilidade de acesso.

Os atrativos turísticos do CT TAM configuram a região como adequada ao turismo de serra, eco-turismo e rural (Terras Altas da Mantiqueira, 2010) e os relativos ao CT das Águas enquadra a região no turismo de saúde, principalmente, e no eco-turismo (Circuitos das Águas, 2010).

Portanto, embora pareça mais diversificado em termos e opções para o turista (Quadro 2), a tipologia dos seus principais atrativos apresentam grande similaridade com aqueles existentes em Minas Gerais e, principalmente, na região sul do Estado.

Uma questão problemática em relação aos CT's mais próximos – TAM e das Águas – é que este circuito não apresenta um atrativo de alta diferenciação tal como os passeios de trem, a saber, o Trem da Serra e o Trem das Águas, respectivamente.

Logo, os turistas estabelecidos no CT MMM poderiam ter interesse em realizar esse passeio, o que certamente diminuiria o tempo dedicado a conhecer os atrativos deste circuito, ou, em um caso extremo, hospedar-se no CT TAM em virtude desse atrativo e apenas conhecer os atrativos do CT MMM, retornando ao seu município polo.

| Municípios | População | PIB (2002) (1) | Leitos hospitalares | Nº bancos |
|----------------------|-----------|----------------|---------------------|-----------|
| Aiuruoca | 6.459 | 19.338 | 34 | 1 |
| Andrelândia | 12.309 | 41.996 | 42 | 2 |
| Arantina | 2.906 | 7.574 | Nd | Nd |
| Bom Jardim de Minas | 6.641 | 30.163 | 22 | 1 |
| Minduri | 3.834 | 15.035 | 24 | 1 |
| Passa Vinte | 2.165 | 6.054 | Nd | Nd |
| São Vicente de Minas | 6.161 | 26.718 | 33 | 1 |
| Seritinga | 1.746 | 5.605 | Nd | Nd |

Tabela 1. Análise multidimensional dos municípios integrantes do CT MMM. Fonte: www.almg.gov.br
(1) Produto Interno Bruto a preços correntes.

| Município | Tipologia dos principais atrativos turísticos |
|----------------------|---|
| Aiuruoca | Picos e cachoeiras |
| Andrelândia | Festas religiosas |
| Arantina | Patrimônio cultural |
| Bom Jardim de Minas | Picos, cachoeiras e festas religiosas |
| Minduri | Cachoeiras |
| Passa Vinte | Rios e cachoeiras |
| São Vicente de Minas | Festas religiosas e gastronomia |
| Seritinga | Artesanato e gastronomia |

Quadro 2 – Tipologia do turismo nos municípios do CT MMM. Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados do Descubraminas (2010).

Outro “agravante” é que a região Sul de Minas é bastante conhecida (Araújo, 2009) pelos seus parques de águas, o que estimula o turismo de saúde, como ocorre em São Lourenço, Caxambu e Cambuquira (CT das Águas), principalmente. Logo, situar-se nessa região e não possuir atrativo similar a estes se constitui em mais um obstáculo a ser superado pelo CT MMM.

Por fim, em termos de competição com CT’s próximos ou contíguos, o CT MMM tem grandes desafios a serem enfrentados, o que exige análise e planejamento da situação atual da região, incluindo ações que procurem diferenciar o circuito dos demais.

Considerações finais

Diversas regiões brasileiras têm na atividade turística sua principal fonte de geração de emprego, renda e de arrecadação por parte do setor público.

Atraídas por esse cenário e motivadas pela existência de atrativos potencialmente turísticos, muitas outras regiões tem envidado esforços para, de forma organizada e profissional, explorar – no bom sentido – a atividade turística.

Em Minas Gerais, a principal estratégia para tanto tem sido a organização de circuitos turísticos, formados por pelo menos 5 municípios e que estejam em um raio de até 100 km, sendo dotados de alguma identidade regional. Em seguida, esses circuitos se candidatam a ter o reconhecimento e a certificação concedida pela SETUR-MG e passam a usufruir de apoio técnico, administrativo e financeiro.

Verificou-se que o CT MMM possui uma malha rodoviária que permite o deslocamento por parte dos turistas a partir de seu município pólo até à unidade turística, retornando ao mesmo em apenas 1 dia, conforme é a proposta conceitual do circuito. Quanto aos potenciais pólos emissores de turistas, o CT MMM encontra-se em posição muito privilegiada, visto que em um raio de 600 Km estão as principais cidades do país, tais como São Paulo e Rio de Janeiro, o que pode contribuir para o êxito das campanhas de divulgação do circuito.

Em relação à adequação do município polo, parece não haver, em princípio, razões concretas para a escolha de Aiuruoca para ocupar esse papel,

cabendo, talvez, essa função para o município de Andrelândia, que tem uma economia mais dinâmica e maior população que os demais.

Por fim, quanto aos atrativos turísticos do CT MMM em comparação com os CT’S TAM e das Águas, sua situação é difícil em virtude da similaridade entre os mesmos e a inexistência de uma “atrativo de alto apelo” tais como passeios de trem e parques de águas, o que exige do CT MMM uma diferenciação de seus produtos turísticos por meios de fatores intangíveis e atuação em nichos de mercado ainda pouco explorados.

Conclui-se que o CT MMM tem uma difícil missão para garantir seu desenvolvimento e até mesmo sua própria sobrevivência. Para tanto, deve intensificar ações de marketing nos principais pólos potencialmente emissores de turistas, estudar a possível alteração de seu município pólo e o tratar adequadamente a imagem do circuito, privilegiando questões intangíveis que remetam ao charme de sua região, o que certamente pode agregar valor aos seus produtos e serviços.

Recomenda-se, por fim, a realização de novos estudos para o mesmo CT analisado mas abordando questões relativas à atual imagem que o mesmo transmite aos turistas, a possibilidade de uma mais de seus municípios serem “capturados” por outros municípios próximos e com mais infra-estrutura, bem como um levantamento das principais dificuldades enfrentadas pelos representantes do setor de cada município integrante do circuito, com enfoque principalmente ao planejamento da região enquanto destino turístico.

Bibliografia

- Alegre, Joaquín; Juaneda, Catalina.
2006 "Destination loyalty – Consumer's Economic Behavior". *Annals of Tourism Research*, v. 33, n° 3, pp. 684-706.
- Almeida, Ericka Maria Costa de Amorim
2006 Planejamento turístico: proposta metodológica para municípios brasileiros de 2006 pequena e média dimensão. Dissertação de Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo. Universidade de Aveiro, Portugal.
- Araújo, Adriana Silva.
2009 "O ciclo de vida do fenômeno turístico em São Lourenço (MG): de estância hidromineral a destino de lazer e bem-estar". Belo Horizonte: UFMG, 2009. 177. Dissertação (Mestrado) – Geografia, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.
- Brida, Juan Gabriel; Lanzilotta, Bibiana; Risso, Winston Adrián.
2008 "Turismo y crecimiento económico: El caso de Uruguay". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, El Sauzal, Tenerife*, v. 6, n° 3, p. 481-492.
- Beerli, Asunción; Martin, Josefa
2004 "Tourists characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis – a case study of Lanzarote, Spain". *Tourism Management*, v. 25, p. 623-636.
- Beni, Mário Carlos
2001 Análise estrutural do turismo. 5. ed. São Paulo: Senac.
- Bercial, Reyes Ávila.; Timón, Diego A. Barrado
2009 Nuevas Tendências em el Desarrollo de Destinos Turísticos: Marcos Conceptuales Y Operativos para su Planificación y Gestión. *Cuadernos de Turismo*, 15, 27-43.
- Boers, Bas.; Cottrell, Stuart
2005 Sustainable tourism infrastructure planning: a GIS based approach. *Proceedings of the 2005 Northeastern Recreation Research Symposium*, pp. 151-160.
- CIRCUITO TURÍSTICO TERRAS ALTAS DA MANTIQUEIRA.
2010 Disponível em <<http://www.turismo.mg.gov.br/component/content/544?task=view>>. Acesso em: 1 jul. 2010.
- CIRCUITO TURÍSTICO MONTANHAS MÁGICAS DE MINAS.
2010 Disponível em <<http://www.montanhasmagicas.com.br/>>. Acesso em: 1 jul. 2010.
- CIRCUITO TURÍSTICO DAS ÁGUAS.
2009 Disponível em <http://www.turismo.mg.gov.br/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=426>. Acesso em: 21 jul. 2009.
- Costa, C.
1996 Towards the Improvement of the Efficiency and Effectiveness of Tourism . Planning 1996 and Development at the Regional Level. Planning, Organizations and Networks. The Case of Portugal. Tese de doutorado, Universidade de Surrey, UK.
- Dredge, Dianne
1999 "Destination place planning and design. *Annals of Tourism Research*, v. 26, n° 4, pp. 772-791".
- Dreher, Marialva Tomio.; Salini, Talita Sheila
2008 "Regionalização e Políticas Públicas no Turismo: Proposta Bem (In)tencionada Distante da Práxis!". In: V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – SeminTUR. Universidade de Caxias do Sul – UCS, Caxias do Sul, 2008.
- Domingos, Mônica Castro.; Ribeiro, Telma Fernanda
2008 "Uma Análise do Modelo de Gestão Regional do Turismo do Estado de Minas Gerais: O Caso do Circuito Grutas e Mar de Minas". In: V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – SeminTUR. Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul.
- Emmendoerfer, Luana
2008 "A Política Pública de Regionalização do Turismo em Minas Gerais: os circuitos turísticos". *Turismo em Análise*, v.19, n° 2, ago.
- Emmendoerfer, Luana; Bueno e Silva, L. Filipe Tróis; Emmendoerfer, Magnus Luís; Fonseca, Poty Colaço
2007 "A formação dos circuitos turísticos mineiros: uma política pública descentralizada e democratizante?" *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, Rio de Janeiro, v. 2, n° 4, dez. 2007.
- FIPE. FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS.
2006 "Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil". São Paulo: FIPE/USP/EMBRATUR (2002/2006).
- Gomes, Bruno Martins Augusto.; Silva, Marcelo Alexandre Correa.; Neto, Exzolvildrez Queiroz
2006 "A ação coletiva em regiões turísticas: um estudo dos circuitos turísticos de Minas Gerais". *Turismo - Visão e ação*, v.8, n.2, pp.332-330 maio/agosto.
- Gomes, Bruno Martins Augusto.; Silva, Valdir José.; Santos, Antônio Carlos
2008 "Políticas Públicas de Turismo: uma Análise dos Circuitos Turísticos de Minas Gerais sob a Concepção de Cluster". *Turismo em Análise*, v.19, n° 2, ago. 2008.
- Gonzalez, Rodrigo C.; Mendieta, Martín D
2009 "Reflexiones sobre la Conceptualización de la Competitividad de Destinos Turísticos. *Cuadernos de Turismo*, Murcia, v. 23, p. 111-128.
- Gunn, Clare A.
1993 *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. Bristol, Taylor & Francis, (3ª ed.), 460 pp.
- Gunn, Clare A.
1994. *Tourism Planning: Basics, Concepts and Cases*.

- Washington: Francis and Taylor.
- Hjalager, Anne-Mette
 “Repairing innovation defectiveness in tourism”. *Tourism Management*, v. 23, pp. 465-474.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
 2001 “Censo demográfico 2000: caracterização da população e dos domicílios: resultado do universo. Rio de Janeiro.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
 2005 “Resolução do Presidente. Altera a caracterização do Sistema Geodésico Brasileiro. Rio de Janeiro.
- INFRAERO. Empresa Brasileira de Infra-estrutura Aeroportuária.
 2010 Aeroportos. Disponível em: <www.infraero.gov.br>. Acesso em: 01 ago. 2010.
- Inskip, Edward.
 1988 *Tourism Planning: An Emerging Specialization*. *Journal of the American Planning Association*. 54: 360-3
- Inskip, Edward.
 1991 *Tourism Planning: an integrated and sustainable development approach*. Toronto: John Wiley & Sons.
- Jackson, J.
 2006 “Developing regional tourism in China: The potential for activating business clusters in a socialist market economy”. *Tourism Management*, v. 27, n° 4, pp. 695-706.
- Jiménez, José Mondejar.; Vargas, Manuel
 2009 “Construcción de un modelo para el análisis motivaciones sobre la elección de um destino turístico”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, v.18, pp. 400-413.
- Mélian-González, A.; García-Falcon, J. M.
 2003 “Competitive potencial of tourism in destinations”. *Annals of Tourism Research*, v. 30, n° 3, pp. 720-740.
- MINAS GERAIS. Decreto n. 43.321 de 08 de maio de 2003.
 2003 “Dispõe sobre o reconhecimento dos Circuitos Turísticos e dá outras providências”. Disponível em: < http://www.revistaturismo.com.br/artigos/minasgerais2.html>. Acesso em: 15 mai. 2007.
- MINAS GERAIS. Secretaria de Turismo do Estado de Minas Gerais.
 2009 “Informações administrativas”. Disponível em <http://www.turismo.mg.gov.br/circuitos-turísticos/informações-administrativas>. Acesso em: 09 set 2009.
- Oliveira, Rafael Almeida
 2008 “Descentralização: um paralelo entre os circuitos turísticos de Minas Gerais e 2008 “O modelo francês de regionalização do turismo”. Monografia (Graduação em Administração Pública). Escola Superior de Governo, Fundação João Pinheiro.
- Oliveira, Jussara Maria Silva
 2007 “Potencial competitivo de circuito turístico: uma análise da rota dos tropeiros no centro-oeste de Minas Gerais”. 2007. Tese (Doutorado em Administração). Departamento de Administração, Universidade Federal de Lavras.
- Pearce, Douglas
 1995 “Tourism today: a geographical analysis” (2ed ed.). New York: Longman.
- PREFEITURA MUNICIPAL DE AIURUOCA.
 2010 Disponível em <http://www.aiuruoca.mg.gov.br>. Acesso em: 10 jul. 2010.
- Santillan, Vilma Leonora.
 2010 “La fotografia como creadora de la imagen de um destino turístico. Buenos Aires através de sus tarjetas postales”. *PASOS. Revista de Turismo Y Patrimonio Cultural*, El Sauzal, Tenerife, v. 8, n° 1, p.71-82.
- Santos, Anderson Alves
 2004 “A importância do circuito turístico para o fomento da economia e da preservação ambiental – Caso São Roque de Minas”. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal de Lavras, Lavras.
- Santos, Milton
 2000 “Por uma outra globalização”. São Paulo/Rio de Janeiro: Record.
- Sorensen, Flemming
 2007 “The geographies of social networks and innovation in tourism”. *Tourism Geographies*, vol. 9, n° 1, pp. 22-48.
- Tavares, Jean Max.; Júnior, Jonas Antônio Vieira
 2011 “Em busca de uma teoria para o desenvolvimento de Circuitos Turísticos: um estudo aplicado aos Circuitos Turísticos Terras Altas da Mantiqueira e das Águas – Minas Gerais/ Brasil” *Estudios y Perspectivas en Turismo*, v.20, pp. 90-109.
- Tavares, Jean Max.; Júnior, Jonas Antônio Vieira; Queiroz, Simone Fernandes.
 2010 “Circuitos turísticos de Minas Gerais: uma análise a partir de ferramentas de geoprocessamento”. *Turismo em Análise*, vol. 21, n° 1, pp. 25-47.
- Teixeira, Aline.; Vicentim, Fabiana Moreira.;
 2006 “Circuitos turísticos e sua importância para o turismo no espaço rural brasileiro”. In: VII Congresso Latino Americano de Sociologia Rural, 2006, Ecuador. Anais...Quito.
- Weidenfeld, Adi; Willians, Allan M.; Butler, Richard W
 2010 “Knowledge transfer and innovation among attractions”. *Annals of Tourism Research*, vol. 37, n° 3, pp. 604-626.

Recibido: 07/08/10
Reenviado: 07/03/11
Aceptado: 30/03/11
Sometido a evaluación por pares anónimos

Notas de investigación

Ruta del 48: proyecto turístico etnocultural en la Cuenca alta del Río Candelaria-Costa Rica

Susan Solís ⁱ

Alonso Rodríguez Chaves ⁱⁱ

Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica (Costa Rica)

Resumen: El escrito trata de una estrategia de integración y comercialización de los valores culturales y naturales de las comunidades ubicadas en la Cuenca alta del río Candelaria en Costa Rica. En ese entramado, destaca una ruta turística etnocultural, que aprovecha de manera responsable, los recursos culturales y naturales propios del lugar. Pues se perfila como alternativa para generar actividades sostenibles, ya que los habitantes son actores y beneficiarios de la gestión local.

Palabras clave: Patrimonio cultural; Etnocultural; Ruta turística; Desarrollo rural; Desarrollo sostenible.

Title: Route 48: ethno-cultural tourism project in the upper basin of the Río Candelaria, Costa Rica

Abstract: The writing is a strategy of integration and marketing of the cultural and natural values of the communities located in the Fact high of the river Candelaria in Costa Rica. In that fabric, stresses the proposal of a tourist route ethno-cultural, to seize responsibly, the cultural and natural resources own the place. It is portrayed as an alternative to generate sustainable activities, since the inhabitants are actors and beneficiaries of the local management.

Keywords: Cultural heritage; Ethnocultural; Tourist route; Rural development; Sustainable development

ⁱ Mag. coordinadora de Cátedra de Turismo Sostenible. Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. E-mail: ssolis@uned.ac.cr

ⁱⁱ Mag. coordinador de Cátedra de Historia. Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. E-mail: arodriguez@uned.ac.cr

Introducción

El patrimonio etnocultural es un concepto dinámico e integral, que incluye valores naturales y culturales, de los diferentes colectivos humanos. Entre tanto, el conjunto de estos valores sorprenden como elementos potenciales, para ser aprovechados y comercializados dentro de la creciente actividad turística.

Bajo esa lógica, resulta interesante presentar un proyecto turístico, que proteja y respete a la vez, los recursos naturales y culturales de las comunidades ubicadas en la Cuenca alta del Río Candelaria en Costa Rica.

En particular, una ruta turística que comprende en el itinerario, varios sitios y elementos de interés etnocultural. Pues se percibe como estrategia y nexo de cohesión común, al incluir sitios relacionados con los hechos históricos más trascendentales de Costa Rica ocurridos en ese espacio geográfico en 1948. De igual modo, parajes naturales y otros elementos culturales excepcionales que despide la zona. Entre ellos, las fincas cafetaleras con más tradición y prestigio de Costa Rica y de Centroamérica.

Así las cosas, la Ruta turística etnocultural del 48 se perfila como propuesta turística enfocada al turismo no masivo y de calidad. De manera, que dentro de un enfoque de turismo rural comunitario, los pobladores participen y se beneficien. Por su parte, el viajero pueda tener experiencias únicas y la oportunidad de convivir con poblaciones rurales, con las que conozca y aprenda formas de vida diferentes, en sus aspectos cotidianos, productivos y culturales.

Antecedentes

La Escuela de Ciencias Sociales del Instituto Tecnológico de Costa Rica desarrolló en el año 2007, con organizaciones comunales rurales del cantón de Desamparados, el "Diagnóstico participativo de necesidades de formación técnica, científica y tecnológica de los distritos de Frailes, San Cristóbal y El Rosario del Cantón de Desamparados". (Escuela de Ciencias Sociales del Instituto Tecnológico de Costa Rica, 2007).

Los insumos obtenidos, sirvieron para dar paso al proyecto interuniversitario y multidisciplinario "Gestión de iniciativas de producción agroecoturísticas sostenibles en la parte alta de la Cuenca del Río Candelaria"; el cual se inserta en el marco del Plan Nacional de la Educación Superior Universitaria Estatal 2006-2010, propuesto por el Consejo Nacional de Rectores (CONARE). (PLANES 2006-2010, p. 45-48)

De conformidad a dicho plan, las universidades estatales articulan esfuerzos para gestionar y ampliar la

cobertura y equidad de oportunidades en la región mencionada. En particular, la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica (UNED) contribuye a la producción del conocimiento social y humanístico, dilucidando iniciativas turísticas sostenibles que aprovechen elementos culturales y naturales.

En consecuencia, junto a diversos sectores y agentes de las comunidades involucradas, se dirige a propiciar la actividad turística como ente dinámico e integral, que mire el patrimonio como un todo; dado que lo material e inmaterial son valores indisolubles que se encuentran en continua interdependencia.

La idea se fortalece más, cuando se considera que en los últimos años, lo típico ha adquirido alta carga simbólica, el arraigo se asocia con el concepto de prestigio de algunos lugares por factores propios y también porque a la postre, todo valor etnocultural puede significar detalles que marquen la diferencia e instrumentos favorecedores de competitividad. (Martínez & Jiménez)

Por lo anterior, la UNED de Costa Rica se apresta a investigar y diseñar una ruta turística etnocultural, con la idea de integrar y comercializar los elementos mencionados. De este modo, Ruta del 48: proyecto turístico etnocultural en la cuenca alta del Río Candelaria, está pensada para que el visitante disfrute historias paralelas: el escenario por antonomasia de los hechos históricos más trascendentales de la Costa Rica del siglo pasado, denominados "Guerra civil del 48" y la vida socioeconómica, cultural y natural que guardan los pueblos campesinos de esa parte del país.

Referentes teóricos-metodológicos

Desde tiempos remotos, el medio rural siempre ha significado un vital espacio, sin embargo, en la segunda mitad del siglo recién pasado, este se percibió en algunas partes, como campos despoblados y desasistidos.

Ante el desequilibrio territorial e infrautilización de los recursos naturales y culturales presentados, se reconoce la urgente necesidad de mejorar la calidad de vida, racionalizar e impulsar como fórmula de imprescindible complementariedad, el respeto del ambiente, la conservación de la amenidad visual de los paisajes y el bienestar de las comunidades rurales. (Marchenay, 1996)

En general, los espacios rurales se ven impulsados a una revitalización generalizada, en que evolucionan entre ordenación del territorio y lógicas sectoriales de actividades económicas y culturales que las constituyen; pues ambas se estiman como verdaderos "motores para el crecimiento". (Proyecto RUTA, 2006, p.8)

A según Vattier (2005) se abraza, la idea de impulsar un desarrollo integral que ayude a revitalizar los espa-

cios rurales, de manera coherente con las vocaciones culturales y naturales. Visión que coincide con la de la Organización Mundial del Turismo (2005)¹, la cual establece como estrategia de desarrollo para las comunidades que se encuentran en proceso de inserción a la actividad turística:

- Los recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales
- La calidad ambiental se mantiene y mejora
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene prestigio y potencial comercial
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre la sociedad

Por lo anterior y según Bérard (1996), el “terruño” ya no sólo se puede considerar como una porción de tierra sino una interacción de múltiples variables, para lo cual es necesario valorizar los productos y servicios desde la triple dimensión: Geográfica, Cultural e Histórica. (p.p. 31-56)

Tal es el alcance de esa perspectiva, en la que el habitante no se considere sólo productor y generador económico, sino también, agente que preserve y conserve el patrimonio natural y cultural. Sin duda, de mantener esa perspectiva, las comunidades rurales se aproximarían a la siguiente situación:

- Satisfacción global de necesidades y requerimientos de las personas, familias, grupos, empresas, y mejora del nivel y calidad de vida.
- Desarrollo económico a través del aprovechamiento óptimo de los recursos endógenos.
- Concienciación y mentalización colectiva frente las problemáticas del mundo rural, a través de modelos eficientes de comunicación-información.
- Sostenibilidad y Perdurabilidad de los valores ecológicos y físicos, suscribiendo un compromiso de mantenimiento de opciones futuras para nuevas generaciones, efectuando una explotación adecuada y equilibrada de los recursos.
- Ordenación Territorial equilibrada y concertada por los poderes públicos regionales y locales, y las iniciativas privada, de acuerdo con las demandas sociales, el análisis del territorio y el medio natural, el modelo de desarrollo rural integral, entre otros.
- Sostenibilidad Demográfica y Sociocultural, ma-

tizando la apreciación del Patrimonio Cultural y Natural, fomento de la participación ciudadana, intercambios culturales, valores de identidad de las Comunidades y el respeto a la cultura y el ambiente.

Por lo indicado, la gestión de la ruta en la Cuenca alta del Río Candelaria está planteada en el marco de un proceso de construcción de consensos entre los diferentes agentes sociales que participan. Así procura que participen representantes de los distintos grupos étnicos, género, identidad, procedencia, organizaciones e instituciones del ámbito local. Ya que este implica la generación de conocimiento, entrelazar de manera crítica, los aportes de la ciencia y del saber popular, con el propósito de reorientarlos hacia la acción transformadora de la realidad. (Monge & Martínez, 2005)

En vista de ello, en el proyecto se percibe como fundamental, el manejo de la dinámica de “red”, ya que conforme avanza el proceso va concatenando diferentes iniciativas empresariales. Sin duda, la implementación de buenas prácticas desde el inicio del proceso a nivel micro y macro permitirá la sensibilización del eje de sostenibilidad fluya natural y espontáneamente e igual un manejo de información más democrática. (Monge & Martínez, 2005)



Taller de emprendimientos turísticos desarrollado en la comunidad de Frailes. Fuente Propia

Así por la metodología referida, el proyecto se enmarca dentro de la investigación acción, la cual fue planteada por Kemmer & Gow al citar a Lewin como “un proceso de investigación, orientado al cambio social, caracterizado por activa y democrática participación en la toma de decisiones”. Crear capacidades de investigadores, para que los pobladores sean quienes colaboren a

construir los hechos históricos en los diferentes espacios del territorio actual.

De esta manera, el objetivo del enfoque de investigación, es tener co participantes, colaboradores, coinvestigadores. Ello implica que las partes investiguen, enseñan y aprenden, al tiempo que realizan una acción transformadora y una praxis liberadora. En razón, debe reunir una serie de condiciones, las cuales se pueden percibir en el desarrollo del proyecto y que se exponen a continuación: (1992, p.1).

- Un proyecto planteado como práctica social, considerada como una forma de acción estratégica susceptible de mejoramiento.
- Que dicho proyecto avance a través de una espiral de ciclos de planeamiento, acción, observación y reflexión, estando todas estas actividades puestas en funcionamiento de modo crítico e interrelacionado.
- Que el proyecto implique a los responsables de la práctica en todos y los momentos de la actividad, ampliando la participación en el mismo, para incluir a otros de los afectados de la práctica, y mantener un control colaborativo del proceso.

La ruta como escenario histórico

El año 1948 ocurre la única Guerra Civil de la historia reciente de Costa Rica, lo cual significa un parte aguas, principalmente, por la transformación institucional, la articulación de nuevas fuerzas y los procesos político-sociales que van a diferenciar al país del resto de Latinoamérica. (Díaz, 2007, p.1)

En ese sentido, la Guerra del 48 debe verse como un acontecimiento militar en el cual participaron diversas fuerzas en espacios geográficos muy particulares. Así,



Mapa 1. Frentes de la Guerra Civil. 16 de marzo de 1948. Fuente: <http://www.elespiritudel48.org/mapas/mapas.htm>

el teatro de la guerra escogido por Ramírez (Teniente Coronel encargado de la conducción estratégica de la guerra) y aprobado por el líder José Figueres Ferrer, era la margen Suroeste de la Meseta Central, que tiene como arteria principal la Carretera Interamericana. Sobre ese terreno se establecieron dos grupos de apoyo principales, el frente Norte y Sur, éste primero preparado para la ofensiva y el segundo para la defensiva. Ver mapa 1.

Girando sobre Santa María de Dota, como pivote cardinal, donde estuvo establecido el Cuartel General del Comandante en Jefe Figueres, el Frente Norte. Semejante a un gancho de una extensión de unos ochenta kilómetros con un radio en el gancho del extremo Sur de unos 20 kilómetros, sigue el camino real de este pueblo a San Marcos – San Pablo, El Jardín – La Roca – La Lucha – San Cristóbal Sur, Santa Elena – Los Frailes – Río Conejo. En su extremo Sur, y como extensión de un radio del gancho, este frente alcanzó a un punto de la Carretera Interamericana, llamado El Empalme, precisamente porque el camino vecinal que recorre los demás puntos del frente empalma en la carretera en ese punto. (Acuña, 1974, p.p. 21-23)

Por lo anterior, los sitios de La Lucha, El Jardín y Frailes fueron estratégicos y a los cuales el gobierno puso bastante atención. El relato de Alfredo Mejía Lara, “un hondureño en la revolución”, permite entender la conexión entre los lugares mencionados. Se evidencia también en relato de Alberto Martén Chavarría,

“(…) habían llegado a La Lucha dos camiones cargados de armas desde San Isidro de El General. Inmediatamente se enviaron refuerzos a La Sierra y esa misma tarde, como sabíamos que había caído Santa Elena en poder del enemigo, salieron Morazán y Marshall con un grupo de combatientes e instrucciones de ocupar Frailes para detener el avance adversario”. (Villegas, 2002, p.p. 177-178)

No obstante, las palabras anteriores no nos pueden hacer pensar que dichos caseríos, La Lucha o San Cristóbal Sur, sirvieron solo para almacenar armas, el resguardo de personas, el tránsito de un lugar a otro, o para el traslado de soldados de unas zonas a otras, como el caso de los muchachos de San Marcos y de El Empalme que iban a reforzar a los compañeros de San Isidro de El General. (Villegas, 2002, p. 157) Estos lugares protagonizaron encuentros que marcaron el desenlace de la Guerra Civil del 48. El relato que sigue ilustra los avances realizados por lo opositoristas entre las diferentes comunidades:

“Llegados a las vecindades de Santa María nos mantuvimos en vigilancia hasta que llegó el resto de nuestra tropa que venía de San Marcos de Tarrazú. Llegado nuestro jefe supremo, señor Figueres, ordenó la marcha hacia el centro de aquella ciudad del sur. La mayor parte de los pobladores se había aglomerado en la plaza de aquel sitio, tomaron en hombros al señor Figueres y lo pasearon alrededor de la plaza gritando vivas a la revolución y a Don José Figueres Ferrer, y a todos los valientes muchachos que habían hecho posible con su gesto la liberación de aquellos pueblos del sur. Después de aquella racha de entusiasmo, fuimos a tomar un descanso y a tomar algún alimento a la casa de los señores Ureña de aquella ciudad, que tan gentilmente se portaron durante el curso de la guerra con todos los revolucionarios, no escatimaron nada de sus haberes para ponerlos a las órdenes de la revolución, y así hizo el resto de pobladores de aquella ciudad, una de las que cooperó mayormente durante el curso de la guerra. Fue, precisamente, en este lugar (Santa María de Dota) donde se organizó el cuartel general el Estado Mayor figuerista (...) Ahí, “detrás de la Jefatura Política teníamos un campo alambrado a modo de campo de concentración, en donde estaban presos los calderonistas y los comunistas”. (Villegas, 2002, p.p. 165-166, 212)



Combatientes en Finca La Lucha. Fuente: <http://www.lespiritudel48.org/mapas/mapas.htm>

Santa María siempre fue centro de paz y consuelo para los revolucionarios, tanto, que allí se entrenó sin ningún obstáculo el grupo que cumpliría la delicada misión de tomar Puerto Limón. Se prestó para tal cometido, no por su situación geográfica, sino porque prestó

a los jefes del movimiento la soledad y entusiasmo de todos sus vecinos por la causa de la liberación; además, “nunca podría imaginarse que nosotros hubiésemos seleccionado tal lugar para el asiento del Estado Mayor, ya que todas las miradas se dirigían sobre El Empalme, La Lucha y San Isidro de El General, donde se suponía que se hallaba el jefe supremo de la guerra, pero no era así, el asiento se mantuvo en Santa María de Dota, hasta que se dispuso la marcha sobre Cartago”. (Villegas, 2002, p.169-170)

Ésta ciudad no fue solamente sede del Estado Mayor del Ejército de Liberación Nacional, “sino que aportó a ese cuerpo armado una gran cantidad de soldados que dieron ejemplo de abnegación y sacrificio. Entre los marienses distinguidos destacan los hermanos Emigdio (Millo), José María (Chalío) y Víctor Ureña Chanto.” (Villegas, 2002, p.147)

Otro de los sitios importantes fue El Empalme. “En éste se encontraba el batallón del mismo nombre, bajo las órdenes de valientes militares costarricenses. Aquí se había organizado una especie de policía, para cuidar los gangoches de los oficiales y soldados, pues eran las únicas prendas de vestir que de vez en cuando aparecían nuevas en aquel frío lugar.” (Villegas, 2002, p.171-172)

La fundación de El Empalme se debió a la necesidad de cerrar la entrada a Santa María, donde estaba el Cuartel General, y cubrir a San Isidro por cuyo aeropuerto se recibió el abastecimiento desde Guatemala. (Acuña, 1974, p. 215)

En los días de revolución, El Empalme se ve seriamente presionado por los soldados del Gobierno, razón por la cual, se da la marcha hacia Cartago desde San Marcos de Tarrazú, evento conocido como la Marcha Fantasma, por la gran cautela con la cual se debía marchar.

Finalmente, se puede decir que los distritos del cantón de Desamparados como Frailes, San Cristóbal, entre otros vecinos, fueron estratégicos militares importantes dentro de la única guerra civil de la historia reciente de Costa Rica. Lo anterior justifica totalmente, la inclusión de los mismos dentro de una ruta histórica que integre la parte agro-empresarial con lo histórico de estos distritos y comunidades.

Detalles

El itinerario de la ruta del 48 se ubica en la margen suroeste de la Meseta Central de Costa Rica, específicamente en la cuenca alta y vecina del Río Candelaria. En ese sentido, se entiende como la vía donde transcurrieron los hechos históricos más trascendentales de Costa Rica del siglo XX, que dieron como resultado, la aboli-

ción del ejército y fundación de la II República.

A nivel de detalle, incluye las comunidades próximas a los ríos Candelaria, Tarrazú, Conejo, Alumbre y Santa Elena. Por ende, la población beneficiaria son agricultores, familias propietarias de micro-beneficios de café, pequeños empresarios turísticos, organizaciones gubernamentales, asociaciones de desarrollo integral, entre otros que habitan los distritos de Frailes, San Cristóbal, El Rosario y San Miguel de Aserrí de Desamparados y cantones limítrofes de El Guarco, Cartago, León Cortés Castro y Dota.

Consecuentemente, la ruta se inserta dentro del concepto de turismo alternativo, pues...”engloba a micro y pequeñas empresas, de propiedad de habitantes locales; además se caracteriza por sus vínculos con sectores como agricultura y artesanía de la economía local y la consecuencia retención de las ganancias en la localidad.” (Seminario regional. Turismo alternativo en la región centroamericana, 2005, p.8)

En razón, articula esfuerzos privados y públicos, e igual alianzas estratégicas de los empresarios de micro emprendimientos que pueden insertarse en la dinámica turística, para diversificar sus ingresos económicos. No obstante, es necesario la introspección por parte de los diversos actores sociales de su identidad cultural como forma de vida que les permite satisfacer sus necesidades humanas desde su perspectiva sociocultural hasta compartir esos rasgos culturales con los visitantes sin detrimento de la misma. (Max Neef, 1998)

Así las cosas, la ruta del 48 es una propuesta capaz de generar experiencias únicas para los viajeros que buscan otro turismo. En virtud trata de un destino turístico que redescubre la historia, la cultura, la tradición, las costumbres y las actividades agroeconómicas propias de las comunidades ubicadas en la cuenca. Al respecto se afirma...

” (...) que el turismo rural se le considera como el lado humano del turismo alternativo, porque le da al turista la oportunidad de convivir con comunidades rurales para conocer y aprender otras formas de vida en sus aspectos cotidianos, productivos y culturales, sensibilizándolo sobre el respeto, el valor de la identidad cultural de las comunidades y los pueblos.” (Seminario regional. Turismo alternativo en la región centroamericana, 2005, p.57)

Operacionalización de la ruta

Siguiendo a Herbert (2001), el diseño de la ruta turística es un elemento productivo que hay que vender y como tal, está sujeto a variables, incluido el propio mar-

keting. A según Fernández y Guzmán (2003), la ruta debe construirse sobre la base de una actividad específica que la distinga y diferencie. Es decir, debe tener un nexo de cohesión común que sirva de clave para que el turista se sienta atraído por este tipo de turismo. Pues como apunta Torrejón (s.f.)...

“...se determina estudiando sobre el mapa un itinerario que comprenda la visita de varias localidades de interés turístico. Hay que tener en cuenta los lugares de salida y llegada, de paradas, distancias, comunicaciones, inclusión de valores históricos, paisajísticos, folklóricos.”

En vista de ello, el recorrido de la ruta, incluye sitios emblemáticos, pueblos, casas, escuelas, negocios, fincas, entre otros relacionados con el acontecimiento histórico. Todos de paso obligado en los que se ubicarían diferentes paraderos y salones de interpretación, lo cual hace que el recorrido convine actividades lúdicas y pedagógicas.



Templo católico de San Cristóbal. Fuente Propia

De esta manera, el itinerario ofrecerá al viajero los elementos necesarios para un correcto desarrollo del mismo. Asimismo, y como corolario a este elemento, deberá estar perfectamente señalizada a lo largo del recorrido, mostrando, cuando sea necesario, mapas de información que permitan a los demandantes ubicarse correctamente en la ruta.

En ese sentido, varios pobladores esperaran al turista para ofrecerle una visita guiada por lugares y sitios emblemáticos, donde podrá disfrutar de espectáculos de animación y descubrir secretos en un ambiente tradicional.

Para completar se da atención a espacios que guardan todo el sabor tradicional, la variedad de culturas, tradiciones y estilos de vida. En particular, la promoción de la cultura y el turismo como herramienta complementaria para el desarrollo local sirve como una de las principales líneas de trabajo para hacer descubrir y vivir experiencias nuevas.

También resulta de gran interés reconocer el paisaje natural, así el valor que aporta la actividad cafetalera al turismo. Pues no hay que olvidar que la calidad del café y el saber transmitido de generación en generación han hecho posible, que este producto goce de prestigio internacional. Así las nuevas técnicas de producción y la modernización del proceso de elaboración, también han permitido la creación de innovadores productos.

Con todo ello, el sector caficultor se afianza como dinámico y como apuesta segura para el desarrollo de comunidades y caseríos ligadas al mismo, puesto que sus pobladores han estado históricamente unidos al cultivo.

Por ende, la cultura caficultora se asienta como un atractivo turístico estratégico y bien valorado. En tanto, las comunidades se presentan como un centro de actividades que giran en torno al café, donde no pueden faltar catas para grupos, ferias y exposiciones. En ese sentido, la formación caficultora, facilitará a los visitantes el descubrir a través de sus sentidos las peculiaridades de esas variedades de café.



Aproximadamente el 78% de la superficie del cantón de Dota, la constituye la Reserva Forestal Los Santos, y un 5% la Zona Protectora Cerro El Nara; esta última se ubica al sur. En la parte central se localiza una franja de mineralización latérico férrica, y al norte una zona de mineralización preferente cuprífera con oro, hierro, zinc y plata. Desde los albores, los Marienses son caficultores 100%. La calidad del café está considerada como de los mejores del mundo. Fuente Propia

Aquí la cultura del café se puede combinar con excepcionales parajes naturales y un amplio y rico patrimonio cultural e histórico. Es decir la ruta busca la integración en el entorno, por ello se desarrollará bajo el siguiente enfoque:

Diversidad: Las comunidades o empresarios, agricultores entre otros puedan generar actividades productivas alternativas. En el caso de la actividad turística es importante lo que indica Barrera (2008) sobre la problemática que puede conllevar la especialización de estas iniciativas en el ámbito turístico, es mucho mejor si se deciden por la diversificación.

Sostenibilidad: Entendido el concepto como el desarrollo que se genera de forma equilibrada desde el ámbito de la protección de los recursos naturales, el respeto a las culturas locales así como el manejo de las economías en forma sostenida.

Álvarez (2000) propone por su parte, un modelo de desarrollo para aplicar en zonas rurales con cierto declive económico y productivo. El mismo incluye serie de aspectos claves que permiten seguir una línea de acción de forma sostenible a saber:

Equilibrio territorial: es preciso generar diferentes actividades productivas y económicas con el fin de dar uso racional y sostenible al territorio. Permitiendo a su vez, la búsqueda de distribución de los flujos de visitantes.

Sostenibilidad: el término se analiza desde la perspectiva del desarrollo que guarda equilibrio con la naturaleza a través de la localización de proyectos en áreas no frágiles que puedan alterar zonas protegidas, así como la reutilización de la infraestructura o planta turística. Respeto a las culturas de las comunidades o diferentes contextos sociales (componente fundamental del proyecto) y por supuesto es fundamental la generación de ingresos que permitan su reactivación económica.

Capacidad de Carga: importante saber cuál es mi capacidad de carga en el sitio de visita no solamente en los espacios naturales o atractivos sino también en el territorio en general. Principalmente, aquel que tenga más afluencia de visitación o en su efecto sea área cercana. Los servicios públicos previstos para la comunidad tienen un límite para su uso, al no contemplarse la llegada de los turistas estos pueden colapsar, así también pueden generar malestar entre los nativos, pues los sentirían como invasión. Al no respetarse la capacidad de carga puede generar impacto a nivel socio-cultural y también ambiental.

Conclusiones

La propuesta de una ruta turística etnocultural en la cuenca alta del río Candelaria en Costa Rica, aprovecha de manera responsable, los recursos culturales y naturales del lugar dentro de la creciente actividad turística.

En particular, comprende en el itinerario, varios sitios y elementos de interés etnocultural. Pues se percibe como estrategia y nexo de cohesión común principal, sitios relacionados con los hechos históricos más trascendentales de Costa Rica que ocurrieron en ese espacio geográfico en 1948. De igual modo, parajes naturales y otros elementos culturales excepcionales que despiden la zona.

Así se perfila como propuesta turística diversa e innovadora, con un enfoque de turismo rural comunitario. De este modo, Ruta del 48: proyecto turístico etnocultural en la cuenca alta del Río Candelaria, está pensada para que el visitante disfrute el escenario por autonomía de los hechos históricos más trascendentales de Costa Rica del siglo pasado y la vida socioeconómica, cultural y natural que guardan los pueblos campesinos de esa parte del país.

A según, la idea es impulsar un desarrollo integral que ayude a revitalizar los espacios rurales, de manera coherente con las tradiciones, la historia, las vocaciones naturales y territoriales.

Bibliografía

- Acuña, Miguel.
1974 El 48. San José: Librería, Imprenta y Litografía LEHMANN S.A.
- Acuña, Miguel.
1997 La junta y los mitos del 48. San José: Ediciones Sanabria.
- Álvarez, C
2000 Modelo de desarrollo turístico de un área rural en declive. Observatorio Medioambiental, número 3, 419-435.
- Bérard, L. & Marchenay, P.
1996 La construcción social de los productos de la tierra. *Agricultura y Sociedad* 80-81:31-56.
- Barreto, M.
2000 Los museos y su papel en la formación de la identidad. Recuperado en mayo 20 de 2005 en <http://www.naya.org.arg>.
- Blanco, E. & de la Cruz, M.
1999 Alcances y experiencias de la práctica de campo para la excelencia en la formación académica. Ponencia presentada en el II Congreso Costarricense de Antropología. Diciembre.
Cañada, Ernest
2008 Modelo Límites en las estrategias de comercialización del turismo comunitario. II Seminario Internacional sobre Turismo Sostenible, 1-8.
CONARE.
2004 Sesión N°32-04, 28/909/2004. La nueva visión de la educación superior universitaria estatal. Recuperado de <http://opes.conare.ac.cr/pdf/CONARE/vision2004.pdf>.
Concejo Nacional de Rectores.
2005 Plan Nacional de la Educación Superior Universitaria Estatal 2006-2010. San José: Oficina de la Planificación de la Educación Superior.
Díaz, David.
2007 Reforma sin alianzas, discursos transformados, interés electoral, triunfos dudosos. La nueva interpretación histórica de la década de 1940, (San José, Cuadernos de Historia de las Instituciones de la Universidad de Costa Rica: EUCR.
Escuela de Ciencias Sociales del Instituto Tecnológico de Costa Rica.
2007 Diagnóstico participativo de necesidades de formación técnica, científica y tecnológica de los distritos de Frailes, San Cristóbal y El Rosario del Cantón de Desamparados.
Figueres, José.
1987 El espíritu del 48. San José: Editorial Costa Rica.
Hopper, K.
1994 Adaptation and Art: The Impact of Tourism on the Ceramics and the Social Organization of Work in San Vicente, Nicoya, Guanacaste. Central American Field Program, Associated Colleges of the Midwest. Manuscrito no publicado.
Kember D, & Gow L.
1992 Investigación acción. *Educación Superior*. 23 297-310. Trad. Lafourcade P. Edición SDI.
López-Guzmán, Tomás J. & Sánchez Cañizares, Sandra.
2008 M^a 163 PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(2).
Marchenay; Bérard, L.
1996 La construcción social de los productos de la tierra. En. *Agricultura y Sociedad*.
Max-Neef.
1998 Desarrollo a Escala Humana. Uruguay: Nordan-Comunidad.
Monge, G. & Martínez R.
2005 Guión científico Ecomuseo de la Cerámica Chorotega, San Vicente de Nicoya. Programa de Museos Regionales y Comunitarios, Museo Nacional de Cos-

- ta Rica.
 Mercedes Muñoz (ed.).
 2001 Niñas y niños del 48 escriben, (San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, Tomo I y II.
 Organización Mundial del Turismo.
 2005 La Nación.
 Seminario regional.
 2005 Turismo alternativo en la región centroamericana: experiencias y acciones conjuntas para un desarrollo local de las comunidades. Universidad Nacional. Guanacaste, Costa Rica.
 Torrejón, Antonio.
 s/f Glosario de términos turísticos. Consultado en 09-08-10 en <http://diariocronica.com.ar/lectores/glosario.htm> .
 Unidad Regional de Asistencia Técnica (RUTA).
 s/f Trabajando por el desarrollo rural sostenible de Centroamérica. Fase 2004-2007.
 Vattier, F.
 2005 Las nuevas orientaciones normativas de la PAC y el desarrollo rural. La Rioja.
 Villegas, Guillermo.
 2003 Baño de sangre, (San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
 Villegas, Guillermo.
 2001 De las calles a la guerra, (San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
 Villegas, Guillermo.
 2002 El gobierno sobre las armas, (San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
 Villegas, Guillermo.
 1998 La guerra de Figueres: crónica de ocho años, (San José: EUNED.
 Villegas, Guillermo.
 2004 La hora del fin, (San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
 Villegas, Guillermo.
 2002 San Isidro de El General en llamas, (San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
 Villegas, Guillermo.
 1989 estimonios del 48, (San José: Editorial Costa Rica.
 Villegas, Guillermo.
 1998 Testimonios del 48, (San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
 Weil, J.
 1995 Changing sources of livelihood from the earth and sea in northwestern Costa Rica. *Antropology of Work Review* 16(1-2): 14-23.
 2006 "Poverty Alleviation Through Tourism – A Compilation of Good Practices". Madris, SPA: WTO.

Notas

- 1 Organización Mundial del Turismo es considerado como el órgano rector de la actividad turística a nivel mundial.

Recibido: 16/12/10
Reenviado: 11/05/11
Aceptado: 10/06/11
Sometido a evaluación por pares anónimos



Universidad Austral de Chile

Instituto de Turismo



Revista Gestión Turística

Publicación académica editada por el Instituto de Turismo de la Universidad Austral de Chile cuyo objetivo principal es el de contribuir al desarrollo científico y técnico del turismo, a través de la divulgación de trabajos académicos y de investigación que se realizan particularmente en centros de investigación y educación superior de Chile e Hispanoamérica.

<http://www.gestionturistica.cl>

Unidad de Investigación y Desarrollo en Turismo, unidad investigativa dependiente del Instituto de Turismo, cuya misión es contribuir mediante la investigación aplicada al desarrollo turístico de la región.

La unidad de I+D cuenta con una biblioteca virtual, plataforma de información para académicos, investigadores y estudiantes, cuenta con la más completa base de datos de carreras de turismo de iberoamérica, enlace a las principales revistas científicas de turismo de habla hispanas y portuguesa, principales tesis doctorales, de maestrías y licenciaturas en formato digital.

Mail gestionturistica@uach.cl

Notas de investigación

La cultura gastronómica p'urhépecha como un gran activo turístico en Michoacán

**Marco Antonio Serrato Garcíaⁱ, Víctor Manuel Rayas Carbajalⁱⁱ,
Román Tomás Murillo Salgadoⁱⁱⁱ**

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (México)

José Ángel Díaz Rebolledo

Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Michoacán (México)

Resumen: En México existe un gran número de comunidades indígenas de origen prehispánico. En el estado de Michoacán, el cual posee una gran riqueza cultural, destaca la cultura p'urhépecha. Por la misma riqueza que posee el estado, gran parte de su economía se basa en el turismo tanto nacional como internacional. Por esta razón se realizó una serie de estudios para aprovechar en una mayor medida esta situación, teniendo como resultado la puesta en acción del evento denominado "Encuentro de cocina tradicional de Michoacán" que se ha venido realizando cada año desde el 2004. En este artículo se muestra la justificación de dichos estudios, así como las primeras conclusiones de los mismos y los resultados del evento gastronómico.

Palabras clave: Turismo; cocina tradicional; Comunidades indígenas; Cultura p'urhépecha; Michoacán; México.

Title: P'urhépecha food culture as a great tourist activity in Michoacan

Abstract: In Mexico exists a great number of indigenous communities of pre-hispanic origin. In the State of Michoacan, which possesses a great cultural richness, the p'urhépecha culture stands out. Because of the state's richness, great part of its economy is based on national and international tourism. For this reason, a series of studies were realized in order to take further advantage of this situation. The result was the event called "Meeting of Michoacan's traditional cooking", which has taken place every year since 2004. In this article, the justification of the above mentioned studies is shown, as well as its first conclusions and the results of the gastronomic event.

Keywords: Tourism; Traditional cooking; Indigenous communities; P'urhépecha culture; Michoacan; Mexico.

ⁱ Doctor en Ingeniería Industrial – Iowa State University – Estados Unidos. Director de la Escuela de Graduados e Investigación – Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Toluca – México. Email: mserrato@itesm.mx

ⁱⁱ Estudiante de Doctorado en Ingeniería Industrial – Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Toluca – México. Ingeniero Industrial y de Sistemas – Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Morelia - México. Email: victor.rayas@invitados.itesm.mx

ⁱⁱⁱ Estudiante de Maestría en Ingeniería Industrial – Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Toluca – México. Ingeniero en Electrónica – Instituto Tecnológico de Morelia. Email: roman.murillo@invitados.itesm.mx

Introducción

El turismo es uno de los sectores de la economía mexicana con mayor capacidad de generar beneficios y efectos positivos en aspectos sociales, económicos y ambientales. Sin embargo, la consolidación de la actividad turística no se puede alcanzar de manera aislada, pues requiere del esfuerzo profesional y coordinado entre los sectores público, privado y educativo. Esto es de especial importancia cuando se considera la inclusión de diversos grupos sociales para la obtención de dichos beneficios, entre los que resaltan comunidades y grupos indígenas. Tal y como lo establece la Organización Mundial de Turismo (WTO, 2006), la actividad turística es un claro motor de desarrollo, puesto que es capaz de generar riqueza, empleos y beneficios en el corto y mediano plazo. En el caso particular de México, el turismo ha sido identificado como un pilar de la economía nacional. Tan sólo durante el año 2008, el turismo representó el 7.8% del Producto Interno Bruto (PIB) del país (INEGI, 2009). De igual manera, se observó que el 5.4% de la población económicamente activa trabaja en actividades directamente vinculadas a este sector económico. Además, el turismo ha generado inversiones por más de 12,833.24 millones de dólares en tan sólo del 2002 al 2008 (Carral, 2008).

Este sector es de especial importancia en entidades como Michoacán, donde su atractivo cultural e histórico, asociado con el bajo desarrollo económico en sus diversas regiones, posicionan al turismo como una base para la creación de riqueza, desarrollo y equidad social. Ac-

tualmente, Michoacán ocupa el 27° lugar (entre treinta y un entidades federativas) en términos de desarrollo económico en México (Campos, et.al., 2007). Sin embargo, es un estado con alto reconocimiento por su riqueza y diversidad cultural, lo que contribuye a que un porcentaje importante del PIB estatal sea generado a través del sector turismo (Secretaría de Turismo de Michoacán, 2008).

El estado de Michoacán se encuentra en la zona centro-occidente de la República Mexicana (figura 1), y colinda con los estados de Guanajuato al norte, Jalisco al norte y al oeste, Querétaro al noreste, el Estado de México al este, Guerrero al sur y sureste, así como Colima al oeste. Morelia, capital de Michoacán, es también reconocida como una “ciudad satélite”, desde la que pueden visitarse otras ciudades importantes del país como el Distrito Federal, Guadalajara, León, Querétaro, entre otros (figura 2).

Turistas nacionales e internacionales visitan sus diversas ciudades, áreas naturales y sitios arqueológicos, asistiendo de igual manera a sus eventos culturales de carácter nacional e internacional, tal como la altamente reconocida “Noche de muertos”, el Festival Internacional de Cine de Morelia, el Festival Internacional de Música “Miguel Bernal Jiménez”, entre otros.

En cuanto a la zona p'urhé, esta se divide en cuatro regiones: la región lacustre, la meseta, la ciénega de Zacapu y la cañada de los Once Pueblos (figura 3).

Todos estos elementos posicionan a Michoacán como un estado con un gran potencial y atractivo turístico. Prueba de ello, y como se establece en el documento “Tu-



Figura 1. Ubicación del Estado de Michoacán



Figura 2. Ciudades cercanas a Morelia, Michoacán

rismo Michoacán, Memoria Sexenal” (2008), aproximadamente 7.27 millones de personas visitaron la entidad durante 2007. La duración promedio de su estancia fue de 3.5 noches, generando un gasto promedio de \$52.10 dólares/persona/día. La derrama económica anual a nivel estatal por dicha actividad turística fue superior a los 1,061 millones de dólares durante dicho año.

Origen del proyecto

Como se mencionó anteriormente, el Estado de Michoacán es una de las entidades con el nivel de desarrollo económico más bajo en México. Sin embargo, ha sido reconocido a través de la historia por su potencial para diversas actividades turísticas. Los ingresos provenientes de este sector económico, así como el número de turistas que visitan la entidad, se han incrementado en forma significativa en los últimos años.

Todas las estadísticas y resultados mencionados anteriormente, muestran los éxitos y beneficios generados por la actividad turística en esta entidad de México. Sin embargo, el reto establecido por la Secretaría de Turismo de Michoacán, en coordinación con el grupo de investigadores del Tecnológico de Monterrey, era identificar condiciones e iniciativas que promovieran una adecuada inclusión social y distribución equitativa de riqueza entre los grupos de habitantes existentes en la entidad. El objetivo era mantener e incrementar la actividad turística, haciendo partícipes a todos los grupos sociales presentes en Michoacán. Dicha iniciativa debería además estar asociada con una estrategia que permitiera promover y poner en valor a una de las culturas más importantes de la región: la cultura p’urhépecha, identificada y reconocida como uno de los principales activos culturales de la entidad.

Es por esta razón que la Secretaría de Turismo del Estado de Michoacán, en coordinación con investigadores del Tecnológico de Monterrey, pusieron en marcha el estudio denominado

Perfitur, cuyo objetivo era llevar a cabo un sondeo entre turistas que visitan las distintas regiones de la entidad, durante todos los períodos vacacionales (de temporada alta y baja) considerados a lo largo del año. La intención de dicho sondeo era determinar el perfil socioeconómico de los turistas, así como sus niveles de satisfacción, actitudes e intereses ante distintas variables.

Los resultados del estudio Perfitur han sido satisfactorios al día de hoy (se ha estado realizando de manera continua durante cuatro años consecutivos). Como se

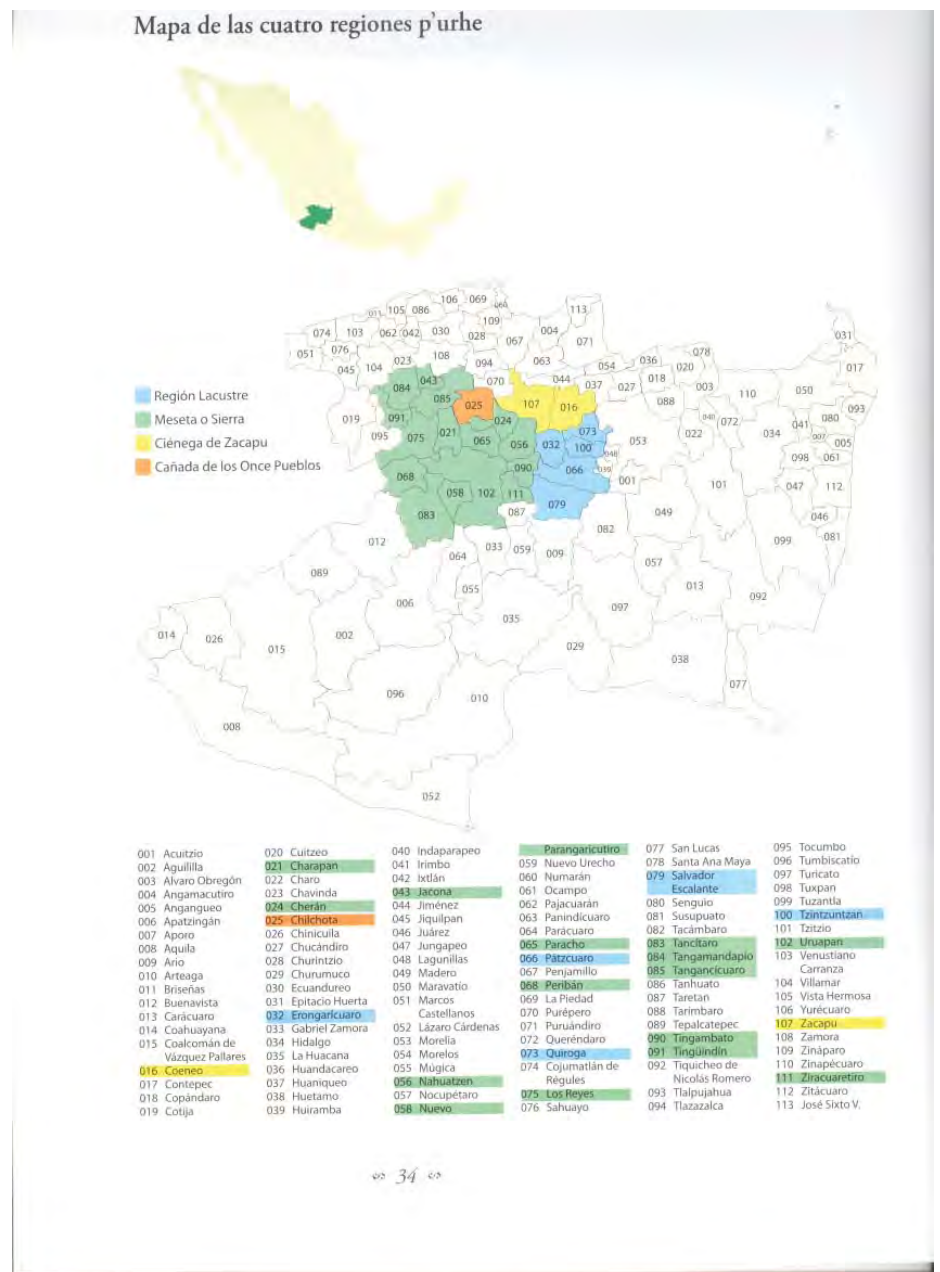


Figura 3. Regiones de la zona p’urhé (Ojeda, 2004)

mostrará en las siguientes secciones, se ha generado información relevante que ha motivado la puesta en valor de la cocina tradicional p'urhépecha, a través de diversas estrategias definidas por la Secretaría de Turismo de Michoacán, con el apoyo del grupo de investigadores del Tecnológico de Monterrey. De manera particular, la puesta en valor de la cocina p'urhépecha se ha logrado a través del desarrollo del "Encuentro de cocina tradicional p'urhépecha", que surgió como consecuencia de la investigación desarrollada en el presente proyecto, y que se terminó de estructurar y definir con la iniciativa de la Secretaría de Turismo de Michoacán. Todo esto se logró mediante un detallado proyecto de investigación, que permitió generar información, estrategias y acciones, que contribuyeron a la obtención de resultados relevantes, que se mostrarán en la presente investigación.

Justificación

Como establece Gloria López Morales (2009): "un pueblo que reniega o pierde sus costumbres en torno a la comida, pierde no sólo su identidad, sino también su soberanía". De ahí la importancia de la labor desarrollada a través de esta iniciativa en Michoacán, puesta en marcha con el fin de resaltar los valores de las prácticas en torno a la cocina tradicional, a la producción de alimentos y al ambiente cultural que la constituyen.

Es innegable la necesidad de difundir y promover la cocina mexicana como uno de los signos distintivos en el panorama de la diversidad cultural del mundo. Por esta razón, se ha presentado la candidatura para que la cocina tradicional mexicana forme parte de la Lista Representativa del Patrimonio Inmaterial de la UNESCO. La iniciativa fue fruto de la inspiración y la convicción acerca de las bondades de lo que siempre se ha comido en el país.

De manera particular, la cocina tradicional de Michoacán destaca como un gran referente en esta iniciativa. Gracias a las cocineras tradicionales existentes en la entidad, se ha podido dar a conocer al mundo la cocina tradicional de las comunidades del estado, buscando mantenerla viva, vigorosa y siempre sabrosa. Esto sucede por virtud de las enseñanzas de madres a hijas, que han sabido transmitir de generación en generación los conocimientos y secretos que dicha cocina tiene. Es por esta razón que la mujer p'urhépecha juega un rol fundamental en esta iniciativa.

Además de alimentar, la comida deleita al paladar y a la vista. Servida en un bonito plato, en un jarro salido de las manos de un hábil artesano, deleitará la vista aún más. El comer, según las antiguas costumbres, es mucho más que alimentarse; es toda una ceremonia

evocadora que aviva los recuerdos y que hace pensar en las abuelas.

Estas reuniones o encuentros de cocineras han generado muchas enseñanzas. De manera inicial, han permitido reunir a las abuelas con las madres y las nietas para observar de qué manera natural y enriquecedora se va dando la transmisión de conocimientos y la apropiación de los saberes. Al mismo tiempo, han permitido difundir este gran activo cultural entre la sociedad local, así como con turistas que visitan la entidad, y de manera particular su capital Morelia, durante los periodos en que se han calendarizado estos encuentros. En otras palabras, han permitido preservar y poner en valor a la mujer michoacana, en especial a la mujer p'urhépecha, mientras se promueve la actividad turística al dar a conocer la cocina tradicional de esta entidad en un período vacacional que anteriormente era de baja afluencia. Todo esto se ha realizado de una manera planeada, organizada y estructurada, gracias al análisis y generación de información relevante a través del presente proyecto de investigación.

Debido a la importancia del turismo en México, y sobre todo para la economía en Michoacán, existe una necesidad de tener información actualizada y significativa para generar un adecuado proceso de toma de decisiones en este sector. Debido a requerimientos que implica contar con esta información, una muestra de encuestas, aplicadas adecuadamente en términos de tiempo y espacio, resultan útiles para obtenerla. Como establece Cooper (2006): la población objetivo, que en este caso son los turistas, pueden cuantificarnos directamente las variables que detectamos como críticas. Este es uno de los principales puntos de esta investigación, especialmente cuando se busca conocer y explorar la influencia y potencial de la cocina tradicional sobre la actividad turística de una entidad o región.

Como resultado de esto, es que se realizó el estudio llamado Perfitur. Como se mencionó anteriormente, fue elaborado por la Secretaría de Turismo de Michoacán en conjunto con investigadores del Tecnológico de Monterrey. El estudio incluyó un análisis de conglomerados (clusters), cuyo objetivo era categorizar el estilo de vida de los turistas en cinco grandes segmentos, para ser capaces de desarrollar estrategias y productos turísticos específicos para cada uno de ellos. De igual manera, el estudio permitiría identificar similitudes entre los intereses del turista y las posibilidades de promoción y puesta en valor de los activos culturales que la comunidad p'urhépecha representa. Finalmente, el estudio incluyó también un análisis de regresión para identificar las variables que influyen en mayor proporción sobre los niveles de satisfacción de estos turistas. A través de este

estudio, se podría identificar la estrategia y proyectos a desarrollar para integrar los activos culturales de Michoacán a la promoción turística y generación de riqueza e igualdad social en la entidad.

La Secretaría de Turismo de Michoacán, en coordinación con la Secretaría de Turismo Federal y el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), ha puesto en marcha algunas otras iniciativas para promover la cultura p'urhépecha como un gran activo turístico. El Tecnológico de Monterrey, a través de algunos de sus investigadores y sus áreas de apoyo al desarrollo social, ha colaborado en varias de estas iniciativas.

Uno de los resultados más importantes en este sentido es el desarrollo de la "Ruta Don Vasco", conformada por once circuitos que cubren diversas regiones del estado. A través de dichos circuitos, se ha buscado promover distintos destinos que corresponden a la cultura p'urhépecha, pero que especialmente recibieron una alta y positiva influencia por Vasco de Quiroga, precursor de la filosofía de Tomás Moro y uno de los principales actores en el desarrollo de diversas labores en las que se especializó cada una de las comunidades de la región. Los once circuitos definidos se muestran en la Tabla 1.

La figura emblemática del proyecto es don Vasco de Quiroga, el gran humanista que hace cerca de 500 años promovió un modelo de convivencia comunitario basado en la igualdad, la fraternidad, la justicia y el trabajo organizado, con un profundo sentido social y cuyo legado, traducido a través de las artes y oficios, sigue vigente en las comunidades.

A través del proyecto Ruta Don Vasco, se ha buscado contribuir con un desarrollo social sustentable, a partir del manejo cuidadoso y responsable de los recursos naturales y bienes patrimoniales existentes en la región.

De esta manera, los visitantes han podido disfrutar del entorno natural y participar activamente de una cultura viva, recreada por los laureados artesanos de esta cultura, así como por sus virtuosos músicos y danzantes. De igual manera, el turista se podía llegar a deleitar con los sabores de los platillos preparados por las creativas cocineras tradicionales. Sin embargo, no existía aún una iniciativa que apoyara de manera específica la puesta en valor de este gran activo

Fue precisamente con base en esta reflexión, que el presente proyecto se puso en marcha, buscando promover la cocina tradicional de la región, pero haciéndolo en forma estratégica al lograr generar una importante derrama económica en un periodo que históricamente se había caracterizado por una baja afluencia turística. Al mismo tiempo, esta iniciativa permitiría incluir socialmente a este grupo tan importante, y en muchas ocasiones no reconocido y favorecido en su totalidad, por iniciativas previas.

Cocina tradicional de Michoacán

La cocina michoacana es una reunión de platillos, sabores, ingredientes y actitudes que varían de región a región. La tradición culinaria de Michoacán es tan diversa como su geografía o su cultura, los platillos de la Costa son muy diferentes a los de la Meseta, y los ingredientes de Tierra Caliente difieren bastante de los utilizados en el Bajío michoacano. También la historia ha seguido distintos ritmos en Michoacán: en el centro, se desarrolló una tradición indígena milenaria que basaba su subsistencia en el maíz y el pescado, al norte y al oriente las cocinas se enriquecieron con la ganadería y los cereales traídos por los europeos, en Tierra Ca-

| Circuito | Comunidades incluidas |
|--------------------------|---|
| Circuito de la Ribera | Pátzcuaro-Tsurumútaró-Tzintzuntzan-Santa Fe de la Laguna-San Jerónimo Purenchécuaro |
| Circuito Escénico | Pátzcuaro-Ihuatzio-Ucazanáztacua-Tareiro-Tzintzuntzan |
| Circuito Lacustre | Pátzcuaro-Urandén-Janitzio-La Pacanda |
| Circuito de la Artesanía | Pátzcuaro-Santa Clara del Cobre-Zirahuén |
| Circuito de la meseta | Uruapan-San Lorenzo-Angahuan-Charapan-San Antonio Tierras |
| Circuito capillas | Uruapan-Pomacuarán-Nurío-Cocucho-Zacán |
| Circuito artesanal | Uruapan-Presa Caltzontzín-San Juan Nuevo-Pantzingo-San Salvador Combutzio |
| Circuito Paricutín | Volcán Paricutín y alrededores |
| Circuito Centro | Morelia-Cuitzeo |
| Circuito Morelia-Cuanajo | Morelia-Tiripetío-Tupátaro-Cuanajo |
| Circuito Cañada | Zamora-Tangancícuaro-Acachuén-Santo Tomás-Ichán y Carapan |

Tabla 1. Los 11 circuitos de la Ruta Don Vasco (Figuerola, 2007)

liente hubo que adaptarse a las rudas condiciones para sobrevivir, mientras que en la estrecha costa michoacana aparte de algunas comunidades nahuas aisladas, apenas comenzó a poblarse desde la segunda mitad del siglo veinte.

La cocina también ha recibido influencias de los estados vecinos. Pero no sólo ha recibido influencias de las cocinas de otras regiones, sino que también ha exportado platillos al resto de nuestro país. Tal sería el caso de los uchepos, la sopa tarasca, los chongos zamoranos, las carnitas, entre otros muchos platillos que ahora se consumen en casi todo México. La cocina michoacana es pues una tradición abierta y dinámica que da y recibe ideas, que adapta viejas recetas a nuevos gustos y que no ha dejado de ser creativa e ingeniosa.

Entonces ¿existe una comida michoacana?, tal vez podríamos considerar como michoacanos todos aquellos platillos que se preparan y han sido creados en la entidad, así sean adaptaciones o recreaciones de recetas que originalmente proceden de otros lugares. O bien la comida que los mismos michoacanos presumen como propia, la que buscan, procuran y disfrutan cotidianamente.

En todas las regiones de Michoacán es evidente el gusto (por no decir la pasión) que sus pobladores sienten por la comida local. Hay pueblos especializados en comidas particulares, y los michoacanos no dudarán en viajar a ellos tan sólo para pararse en restaurantes, fondas y puestos callejeros ya bien conocidos. Queréndaro es célebre por sus chiles, Cotija por sus quesos, Sahuayo y Quiroga por sus carnitas, Zamora por sus dulces, Pátzcuaro por sus pescados, Uruapan por sus panes y aguacates, Jiquilpan por sus birotos, entre otros.

Afortunadamente, el michoacano es exigente con la calidad de su comida, sus pasiones culinarias aún no se han perdido, las cadenas transnacionales aún no son competencia para las fondas y taquerías locales, y la gente no duda en madrugar para comprar en el mercado aquellos productos que se acaban temprano.

Todos estos elementos son atendidos, pero sobre todo valorados, dados a conocer y reconocidos, a través de la investigación (y las acciones asociadas con ella) descritos en este proyecto.

La cocina michoacana es producto de la riqueza cultural y de los recursos naturales que hay en su territorio, es el resultado de la mezcla de culturas de pueblos originarios y de otros que fueron conquistadores, de nuevas formas y sabores que los migrantes han traído a estos lugares. Como patrimonio cultural, se reconocen en él las herencias y la creatividad de las cocineras michoacanas. Las familias no han dejado de reproducir los platillos favoritos, de los que hoy en día muchos restaurantes se sienten orgullosos al contar con una carta que

ofrece especialidades regionales y estacionales.

Toda esta tradición oral ha sido registrada en recetarios que, según las viejas costumbres, no sólo consignaban platillos de procedencia local, sino que, en muchos casos, eran platillos que reflejaban los gustos de las familias, su posición económica y social y las tradiciones culinarias de ciertas fiestas y conmemoraciones. Posiblemente uno de los libros más recordados y citados es el de Doña Carmen Arriaga de Zavaleta, *Cocina michoacana*, aparecido en 1965, en cuyo prólogo Guadalupe Pérez San Vicente hace un recorrido histórico culinario por diferentes regiones del estado. El libro, que ha tenido numerosas reimpresiones, fue resultado de la recopilación de varios recetarios antiguos a los que se agregaron muchos de los platillos de esa gran cocinera que fue Doña Carmen. Como en la tradición de los viejos libros de cocina, existe un primer capítulo dedicado a la mesa: La más destacada nota de distinción de una familia se da en la mesa; es el lugar de la casa en donde se revelan la educación, la finura y las buenas costumbres.

Encuentro de Cocina Tradicional de Michoacán

La tabla 2 muestra de manera resumida las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, identificadas en el proyecto.

Como se ha explicado en las secciones anteriores, el presente proyecto permitió aprovechar las fortalezas de Michoacán (economía estatal sustentada en turismo, la cultura p'urhépecha como un gran patrimonio cultural y la capacidad de coordinación gobierno-academia-empresa) para integrar esfuerzos y disminuir las debilidades existentes. De igual manera, se pudo sacar ventaja de las oportunidades que se presentaban en el entorno (especialmente de la vocación turística a nivel país y el potencial de la gastronomía como un gran atractivo turístico en la región) para afrontar las amenazas que se presentaban en el ambiente.

Todos estos esfuerzos, integrados en forma adecuada, permitieron poner en marcha una iniciativa que generó resultados positivos en el corto y mediano plazo. Dichos resultados se explicarán a detalle en la siguiente sección.

El Gobierno de Michoacán ha definido como visión última de los proyectos asociados con esta iniciativa el presentar la candidatura de la cocina tradicional como Patrimonio Cultural ante la UNESCO. Esto ha sido dado a conocer en diversas ocasiones desde el año 2004 durante las presentaciones de los Encuentros de Cocina Tradicional de Michoacán. Dicho esfuerzo es un claro ejemplo del esfuerzo por poner en valor a la cocina tradicional, especialmente la cocina tradicional p'urhépecha,

| | Aspectos positivos | Aspectos negativos |
|-------------------|---|---|
| Aspectos internos | <p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Economía estatal sustentada en el turismo (potencial para seguir detonando esta actividad económica). -La cultura p'urhépecha como un gran patrimonio cultural de la región. -Capacidad de coordinación y cooperación entre el sector gubernamental, académico y empresarial, para poner en marcha un proyecto de alto impacto e inclusión social. | <p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Existencia de períodos con muy baja afluencia turística a la entidad. -Desconocimiento (previo a la puesta en marcha del proyecto) sobre las actitudes e intereses del turista, hacia aspectos vinculados a la cultura p'urhépecha. -Esfuerzos aislados para la valoración de la cocina tradicional p'urhépecha como un gran activo turístico y cultural. |
| Aspectos externos | <p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> -El turismo como un motor generador de riqueza en México (tercera fuente de generación de riqueza a nivel nacional). -Interés creciente en el turismo nacional e internacional por nuevas experiencias durante el viaje, incluyendo la gastronomía. -La gastronomía como una de las variables mejor evaluadas por los turistas (oportunidad para poner en valor este activo). Interés de ciertos segmentos de turistas por la cultura p'urhépecha. | <p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Alta competencia de otras regiones para la atracción de turistas. -Complejidad en el comportamiento y perfil de los turistas que visitan la entidad. -El entorno social no permite la inclusión de grupos minoritarios de manera sencilla. |

Tabla 2. Análisis FODA del proyecto

como un gran patrimonio cultural y turístico de la región.

Teniendo dicha visión en mente, los Encuentros de Cocina Tradicional de Michoacán han incluido talleres y seminarios con acceso al público, así como exposiciones y venta de platillos. Estos últimos han contado con la participación de más de cincuenta cocineras tradicionales (López, et.al., 2009), procedentes de todas las regiones del estado (Meseta, Costa, Zona Lacustre, Centro, Oriente, Occidente, Tierra Caliente-Valle de Apatzingán). Cada una de ellas ha venido acompañada por sus respectivos equipos, que han contado con cuatro ayudantes en promedio.

Entre los platillos que se han podido adquirir se ha observado una amplia variedad de corundas, atapakwas, atoles, panes y churipos, además de dulces regionales. También sobresale una larga lista de guisos a base de vegetales y hortalizas, así como diversos platillos con carnes de pato, conejo, res, pescado y cerdo. Con base en estos resultados, se ha observado que el esfuerzo de poner en valor el patrimonio cultural culinario de Michoacán ha rendido frutos, pues en la actualidad el Encuentro ya no es el único foro de promoción de la cocina michoacana. A lo largo del estado, del país e incluso en

el extranjero, se han comenzado a abrir otros espacios para la divulgación de la gastronomía michoacana. Dicha divulgación y promoción de la cocina tradicional michoacana, con un énfasis especial en la cocina tradicional p'urhépecha, ha sido la razón de ser o misión de este proyecto, y lo que motivó la puesta en marcha del mismo.

Resultados

El proyecto desarrollado permitió generar diversos beneficios, entre los que destacan:

- Aprovechar la vocación turística de México como país, y en especial de Michoacán como entidad federativa con una clara vocación turística;
- Desarrollar una metodología que permitiera identificar las estrategias más adecuadas para incrementar la afluencia y derrama turística en la entidad, pero haciéndolo de manera incluyente ante grupos sociales e indígenas en la región;
- Posicionar a la cocina tradicional p'urhépecha como una de las tres principales variables que influyen en la satisfacción global de los turistas que visitan Michoacán;

- Definir e incorporar en forma efectiva un evento (Encuentro de cocina tradicional michoacana) que permitiera reconocer y promover los valores culturales de Michoacán, brindando reconocimiento a las cocineras tradicionales que han sabido conservar el patrimonio culinario del estado;
- Apoyar a las mujeres indígenas de la cultura p'urhépecha, que por generaciones han mantenido y transferido el conocimiento y valores asociados a sus platillos tradicionales;
- Atraer visitantes nacionales e internacionales, mediante la inclusión de la cocina tradicional como un gran activo turístico;
- Generar oportunidades de desarrollo económico para el grupo p'urhépecha, a través de la puesta en valor de su cocina tradicional;
- Generar estrategias específicas para posicionar la gastronomía, y en particular la cocina tradicional p'urhépecha, como un gran atractivo turístico para diversos agrupamientos (clusters) de visitantes que llegan a Michoacán; y
- Contribuir al desarrollo del turismo, y en particular el turismo indígena, como un claro motor de desarrollo económico y social en Michoacán, y en particular de la cultura p'urhépecha.

Todos estos logros permitieron demostrar que una adecuada colaboración y coordinación entre la academia, gobierno y el sector empresarial (quien respaldó y en algunas instancias inclusive apoyó económicamente algunas de estas iniciativas) contribuyen a la consolidación del turismo como un claro generador de riqueza y empleos. Además, permitieron demostrar que el turismo puede llegar a ser también un nivelador social, acercando a grupos históricamente desfavorecidos para hacerlos partícipes de dicho desarrollo económico y social.

Cabe destacar que, de manera particular, el Encuentro de cocina tradicional se insertó en un período de baja afluencia turística en la entidad, de acuerdo a su propia historia. Dicha acción permitió que contribuyera a generar nuevos visitantes y turistas en dicho periodo. Al mismo tiempo, se estaría generando un evento que promovería y pondría en valor el gran patrimonio cultural que representa la cocina y gastronomía p'urhépecha.

Conclusiones

Con base en estos resultados, la cocina tradicional ha venido consolidando su presencia y prestigio gracias al impulso que ha recibido desde el turismo y otros sectores públicos y privados, bajo enfoques tan variados como el económico, cultural, empresarial, de impulso a las mujeres y también a los pueblos indígenas.

Uno de los puntos críticos en el éxito del proyecto, fue el realizar una investigación de mercado bien estructurada y definida, previo a la puesta en marcha de cualquier actividad o iniciativa. Dicha investigación estuvo sustentada a través del proyecto Perfitur, dirigido por los investigadores del Tecnológico de Monterrey y que consistió en llevar a cabo un sondeo entre turistas que visitaban las diversas regiones de la entidad, durante todos los periodos vacacionales (de alta y baja afluencia) existentes a lo largo del año.

El estudio llevado a cabo fue capaz de proveer información referente al perfil de los turistas, mostrando además sus niveles de satisfacción para un conjunto de factores de interés para la investigación. Se incluyó también un conjunto de preguntas que permitirían identificar el estilo de vida de cada uno de ellos. Toda esta información, en conjunto, permitiría identificar, definir y evaluar las mejores estrategias para incorporar la gastronomía como parte de los atractivos turísticos de Michoacán.

La utilidad de este análisis previo para el desarrollo de la iniciativa de inclusión de la cocina tradicional como un gran activo turístico, fue altamente significativa. A través de la definición del perfil, intereses y estilo de vida de cada uno de los grupos de turistas que visitan la entidad, se pudieron identificar las estrategias, información y medios de difusión más adecuados, para la promoción y puesta en marcha del proyecto. Más aún, se pudo poner en valor la cocina tradicional p'urhépecha no sólo a través de los Encuentros llevados a cabo, sino a través de distintas estrategias de publicidad y mercadotecnia, posicionándola como un gran atractivo turístico. Todo esto permitió incrementar la derrama económica en un período que históricamente presentaba menores ingresos por actividad turística. De igual manera, permitió posicionar un activo más en el resto de los periodos vacacionales: la cocina tradicional p'urhépecha. Lo más importante es que dicha derrama impactó positivamente en este grupo social, haciéndolos partícipes de la actividad económica y poniendo en valor su cultura, tradiciones y costumbres.

Referencias

- Anda, C.
2001 "El Nuevo Michoacán". México: Grupo Noriega.
- Arriaga, C.
1965 "Cocina Michoacana". Ejemplar disponible a través de la Secretaría de Turismo del Estado de Michoacán.
- Bagirov, A. M.
2003 "An algorithm for clustering based on non-smooth

- optimization techniques". *International Transactions in Operational Research*. Vol. 10. pp. 611-617.
- Bowen, J.
1998 "Market segmentation in hospitality research: no longer a sequential process". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 10 No. 7, pp. 289-296.
- Carral, M.
2008 "Segmentos y Mercados. Líderes Mexicanos Edición Especial Turismo". Tomo CVI. p. 12-14.
- Campos, M, Naranjo, E., y Saucedo, A.
2007 "La Competitividad de los Estados Mexicanos 2007". Monterrey, MEX: EGADE
- Cochran, W.G.
1977 "Sampling Techniques". New York: Wiley
- Cooper, D.
2006 "Marketing Research". New York: McGraw Hill.
- Corres, G.
2003 "Atlas Geográfico del Estado de Michoacán". México: EDDISA.
- Crawford-Welch, S.
1991 "Market segmentation in the hospitality industry". *Hospitality Research Journal*, Vol. 14 No 2, pp 295-308
- Doane, D.
2005 "Applied Statistics in Business and Economics". EUA: Irwin.
- Dubes, P., Jain, A.K.
1976 "Clustering techniques: the user's dilemma". *Pattern Recognition*, 8, 247-260.
- Grigoroudis, E.
2002 "Satisfaction benchmarking and customer classification: An application to the branches of a banking organization". *International Transactions in Operational Research*. Res. 9. pp. 599-618.
- Hawkins, D.M., Muller, M.W., y Krooden, J.A.
1982 "Cluster analysis". In: Hawkins, D.M. (ed.), *Topics in Applied Multivariate Analysis*. Cambridge University Press, Cambridge, pp. 303-356.
- Everitt, B.
2001 "Cluster Analysis". London: Arnold.
- Figueroa, S.
2007 "La Ruta de Don Vasco". Lunwerg editores. México.
- Griffiths, W.E.
1993 "Learning and practicing econometrics". John Wiley & Sons, Inc
- Hair, Anderson, Tatham y Black.
1995 "Multivariate Data Analysis". New Jersey, USA. Prentice Hall.
- INAH
1988 "Atlas cultural de México. Instituto Nacional de Antropología e Historia". Editorial Planeta.
- INEGI
2009 "Reporte de los Estados Unidos Mexicanos". México, D.F.
- Loker, E.L. y Purdue, R.R.
1992 "A benefit-based segmentation of a non-resident summer travel market". *Journal of Travel Research*, Vol 31 No. 1, pp 30-35
- López, G.
2009 "Cocina Tradicional Michoacana: Las Nuevas Generaciones". Gobierno del Estado de Michoacán. México.
- Meyer, D.
2002 "Turismo y Desarrollo Sostenible". Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Oh, M. y Jeong, M.
1996 "Improving marketers' predictive power of customer satisfaction on expectation-based target market levels". *Hospitality Research Journal*, Vol. 19 No. 4, pp 65-85.
- Pérez, A.
2004 "Michoacán". México. Uribe y Ferrari Editores.
- Raya, José.
2004 "Estadística aplicada al Turismo (Statistics applied to Tourism)". España: Prentice Hall.
- Reid, R. y Bojanic, D.
2005 "Hospitality Marketing Management". 4th ed., Wiley, Hoboken, NJ, p. 123.
- Ríos, A.
2004 "Michoacán: Impresiones de un Viaje en el umbral del siglo XXI". España: Lunwerg.
- Secretaría de Turismo de Michoacán
2008 "Turismo Michoacán: Memoria Sexenal 2002-2008". Morelia, MEX: SECTUR.
- Sereno, Y.
2008 "Los sabores del tiempo, gastronomía moreliana". Ejemplar disponible a través de la Secretaría de Turismo del Estado de Michoacán
- Serrato, M.
2009 "Perfitur 2008. Perfil del turista que visita el Estado de Michoacán". Programa editorial del Tecnológico de Monterrey.
- Serrato, M.
2008 "Perfitur 2007. Perfil del turista que visita el Estado de Michoacán". Programa editorial del Tecnológico de Monterrey.
- Subhash, C.
2002 "Multiple objective optimization problems in statistics". *International Transactions in Operational Research*. Res 9. pp. 415-425.
- WTO.
2006 "Poverty Alleviation Through Tourism – A Compilation of Good Practices". Madris, SPA: WTO.

Recibido: 07/03/11
Reenviado: 24/04/11
Aceptado: 28/05/11
Sometido a evaluación por pares anónimos



Los retos que representa la dinámica situación actual, caracterizada por la globalización de la economía y del modelo desarrollo devastador de las sociedades occidentales, la democratización de los procesos políticos y las tendencias hacia la participación ciudadana, obligan a la participación responsable de las instituciones de educación superior para dar alternativas de solución a los problemas así generados.

En este contexto, la Facultad de Turismo de la UAEM tiene el compromiso de formar recursos humanos altamente calificados capaces de reconocer al turismo como fenómeno socioeconómico, además de explicar y resolver la problemática derivada de esta actividad, impulsando la vinculación docencia-investigación con énfasis en áreas como el ambiente, la ética, la capacidad de carga de los destinos y la cultura en general, para fortalecer interacción entre la educación turística y el sector productivo.

En congruencia con lo establecido en los Planes Institucionales, la investigación se constituye en el eje estructurador del postgrado, que permitirá acceder a la excelencia en el proceso productivo, a la vez que se apoya la resolución de problemas específicos de las comunidades receptoras del turismo. En este sentido, la investigación tiene un carácter estratégico por ser generadora y transformadora del conocimiento. Con base en ello, se abrió en 1997 el programa de Maestría en la facultad, que incluye a la Línea de Investigación en Estudios Ambientales del Turismo. Se pretende, a través de ella, desarrollar y consolidar una investigación de calidad, que permita a la Facultad colocarse a la vanguardia de los estudios sobre el turismo y su vinculación con el ambiente y el desarrollo sustentable. La línea de investigación pretende abarcar tanto aspectos teóricos como prácticos, y orientarse hacia las necesidades del sector y de las comunidades de las áreas rurales, de manera que a partir de se ella, se pudiesen implementar programas de desarrollo turístico con características de viabilidad natural, económica y social.

En consecuencia, surge el interés por crear un medio de difusión que recopile los avances de investigación de estudiantes y egresados tanto de la licenciatura como del postgrado en Turismo, de los distintos organismos académicos de la UAEM e instituciones de nivel superior en los ámbitos nacional e internacional, además de otros sectores de la sociedad involucrados en la temática. La dinámica y el avance en el sector de las comunicaciones, hacen de los medios virtuales la herramienta más apropiada en la actualidad para la consecución de este propósito, pues nos permite, de una manera más inmediata, llegar a todos los sectores interesados en la sustentabilidad con énfasis en el aspecto turístico, con la finalidad de que realicen sus aportaciones relacionadas a esta nueva tendencia

De esta manera nació "El Periplo Sustentable" revista virtual que esperamos sea una rotación de ideas entre nuestras opiniones y las de nuestros lectores, para tener una estrecha relación con el significado de periplo que es "un viaje de ida y vuelta". Así, confiamos en que este sea un espacio para la reflexión y el análisis, pero especialmente para la discusión y la propuesta sobre el turismo sustentable, así como de temas relacionados con medio ambiente, desarrollo y otros que permitan enriquecer la Línea de Investigación en Estudios Ambientales del Turismo.

<http://www.uaemex.mx/plin/psus/home.html>

Reseñas de publicaciones

Turismo del vino: análisis de casos internacionales

F. Xavier Medina, Damià Serrano y Jordi Tresserras (eds.) Barcelona, Editorial UOC, 2011.

ISBN: 978-84-9788-386-3

David Fornons Fontdevila

david.fornons@hotmail.com

Podemos estar de acuerdo o no con Víctor Hugo cuando afirmaba que Dios no hizo más que el agua, pero el hombre hizo el vino. Lo cierto es que este libro que se presenta nos lleva al multiverso del vino: un universo de conocimientos, saberes, sensaciones en el que la dicotomía natural-cultural se funde en un líquido preciado procedente de la tierra y elaborado por nosotros, los humanos.

De la misma forma que la alimentación es uno de los aspectos más ricos de la cultura y de la sociedad, en esta sociedad siempre turista, el turismo ya no es tan solo visual, un estar en. El turismo se ha abierto al mundo de lo sentidos en los que sensaciones auditivas, olfativas, gustativas toman relevancia como descripción, y oferta, de un lugar, de una tierra. Esto implica querer el conocimiento de otros lugares, de otras gentes. Más allá de lo económico, de lo comercial, y dentro del ámbito de lo cultural, en el turismo gastronómico (y, dentro de éste, en el del turismo del vino), la promoción regional de un lugar se simbiotiza hasta el punto de saber si es el vino lo que describe y atrae al turista a una tierra, o esa tierra atrae al turista hacia su vino, su forma de concebirlo, de hacerlo, de poseerlo.

Nos encontramos ante un libro necesario y esperado. Una de las fórmulas más exitosas para poder exponer las nuevas tendencias en turismo es, sin duda, la de relatar experiencias y casos reales que ayuden a conocer los aspectos más importantes de la introducción de nuevas tendencias en productos y destinos. En el

caso del Turismo del Vino como producto de tendencia, no existía hasta el momento –y hasta donde yo conozco- en el mercado editorial de habla hispana ningún manual que aporte esta visión ejemplificadora de buenas prácticas en este sector emergente. El objetivo de este libro es, como los editores del libro comentan en la introducción del mismo, el de dar a conocer, a partir de un eje argumental definido, algunas experiencias enoturísticas destacadas que se están desarrollando hoy en día en diferentes regiones vitivinícolas del mundo.

Ya los autores del libro nos avisan diciéndonos que el turismo enogastronómico es altamente experiencial; un producto de tendencia. Sin embargo, es preciso destacar la particularidad de observar la práctica del turismo del vino desde una componente social y cultural, con todo lo que ello implica. A través de la lectura del libro, la visión poliédrica que ofrece -rica en matices y aportes desde diversas disciplinas sociales- nos habla de identidades, de paisajes, de creaciones, de arte, de tradiciones, de innovaciones.... Sí como anteriormente se ha dicho es un viaje al universo del mundo del vino, este es un viaje actual pero marcadamente intemporal puesto que pasado, presente y futuro emergen en un fenómeno social vigente como es el turismo enogastronómico, buscando respuestas que la sociedad propone al individuo-turista desde los ámbitos de la sociedad y de la cultura.

Cabe considerar un tercer ámbito de relevancia ya insinuado en el segundo: la riqueza en el tema estudiado por los saberes poliédricos de sus autores; desde geógrafos,

arquitectos, sumilleres, arqueólogos, economistas, historiadores y antropólogos, el viaje del vino va desde una primera parte más holística, vino, turismo y paisajes, a una segunda parte más experiencial y concreta: análisis de casos internacionales de diferentes partes mundo; y hasta una tercera parte donde las experiencias más vividas y sentidas nos llevan al Nuevo Mundo americano a través de un par de carnets de viaje.

En este sentido, las tres partes del libro son ampliamente diferentes. Desde una primera parte más introductoria, en la cual podemos encontrar dos buenos artículos que nos explican en función de temas generales, por un lado, los principales agentes participantes en el turismo del vino; y, por otro lado, un excelente artículo sobre la arquitectura del vino de la mano de dos profesionales portugueses (internacionales) que nos sitúa sobre el terreno con maestría.

En el primero de ellos, y para dimensionar la actividad en el ámbito internacional, Damià Serrano nos muestra las principales líneas del turismo del vino en el mundo, hablando de la demanda enoturística, pero también de la estructuración de la oferta en el viejo y el nuevo mundo vitivinícolas; es decir, en Europa y en el resto del mundo.

En el interesantísimo artículo de los dos arquitectos portugueses (Duarte Santo y Gonçalo Sousa Pinto) se lleva a cabo un repaso a la evolución de la arquitectura de bodegas que se ha instalado y puesto en el mapa muchos paisajes vitivinícolas actuales, unos proyectos arquitectónicos que, en ocasiones y sin duda, han resultado y resultan más atractivos que el propio viñedo o que la propia elaboración del vino. Es este un artículo que recomiendo muy especialmente, tanto por lo ameno como por la claridad en la explicación.

La segunda parte del libro entra ya en materia concreta y nos lleva sobre el análisis directo de casos. Sin ambages; viajes sobre el terreno que nos llevan por diversos países explicando experiencias. Especialmente relevantes los de Tokaj, en Hungría, a cargo de uno de los editores del libro (F. Xavier Medina) y de un especial interés por muchos motivos, pero especialmente debido a su relación social directa con el desarrollo local y con el papel del vino en esta integración con el territorio. Destacable también el caso del vino de Arena de las Landas francesas (del francés Frédéric Duhart) debido a su visión de la implicación turística sobre la producción de vino en perspectiva histórica en un territorio vitivinícola que dejó de serlo a causa del turismo, y que gracias al turismo ha vuelto a la producción de vino. Y el caso de Montilla-Moriles, analizado por dos economistas (Genoveva Millán y Eva M^a Agudo) con una aproximación socioeconómica interesante al caso de esta deno-

minación de origen andaluza que hoy en día puede ser considerada como mucho más que emergente. Completa el apartado un artículo de la autora británico-libanesa Elizabeth Saleh explicando una experiencia reflexiva sobre el vino libanés en Londres que, a pesar de ser interesante, es mucho más reflexiva que concreta.

La tercera parte del libro es muy distinta al resto. Bajo el título de “Carnets de viaje”, esta parte recoge dos experiencias latinoamericanas emergentes, breves y descriptivas, pero que dan un a visión fresca y directa del territorio. Su aportación es menos científica y analítica, pero resultan interesantes como contrapunto. El riojano Luis V. Elías nos lleva de viaje a Uruguay, un destino vinícola emergente, poco conocido, y que el autor describe con fruición. El otro, debido al historiador mexicano Sergio Corona –muy reputado en México por sus historias del vino en ese país-, es principalmente histórico, aunque también descriptivo y fresco en algunos de sus pasajes.

Finalmente, un último ámbito de interés a destacar (y que se infiere en parte a través de lo mencionado hasta ahora): los editores del volumen han optado principalmente por analizar casos poco comunes; poco conocidos. Se trata de experiencias en ocasiones próximas territorialmente, aunque lejanas en volumen, de aquellos territorios más establecidos en relación con el turismo del vino. Así, lejos de encontrar los casos de Burdeos, Rioja, Chianti, Chile o Sudáfrica, nos enfrentamos a casos sorprendentes como los de las Landas aquitanas y su vino de arena, Montilla-Moriles, la región húngara de Tokaj, el Líbano, Uruguay o el estado de Coahuila, en el norte de México (conocido en estos días, no precisamente por su vino, sino por sus problemas de violencia que, sin duda, estarán afectando al turismo)... Una perspectiva novedosa e interesante, ya que se aleja de lo más “típico” y conocido, llevándonos por territorios aún hoy en día sorprendentes.

En definitiva este libro lleva al lector interesado a un análisis del turismo del vino en tanto que fenómeno social y cultural en crecimiento, y siempre desde una perspectiva cultural, plural y abierta. Esta es la intención manifiesta de sus autores y les aconsejo este libro re-pensando la frase inicial: Dios no hizo más que el agua, pero el hombre (la humanidad) hizo el vino.

| | |
|---|----------|
| <i>Recibido:</i> | 08/07/11 |
| <i>Reenviado:</i> | 18/07/11 |
| <i>Aceptado:</i> | 19/07/11 |
| <i>Sometido a evaluación por pares anónimos</i> | |

Reseñas de publicaciones

El paisaje del viñedo. Una mirada desde la antropología

Luis Vicente Elías Pastor . Editorial Eumedia y Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, (Madrid), con la colaboración del Ministerio de Cultura y Bodegas R. López de Heredia.

ISBN 978-84-936032-4-3

David Fornons Fontdevila

david.fornons@hotmail.com

Es frecuente que los trabajos de investigación sobre el paisaje se ocupen de aquellos que son considerados, por alguna o varias razones, extraordinarios. No es el caso. A Luis Vicente Elías le interesan los paisajes cotidianos, “aquellos que vemos cada día y que forman parte de la actividad diaria del medio rural”. ¿Qué es para este antropólogo el paisaje agrario cotidiano? Nada más, ni nada menos, que el producido a lo largo del tiempo por las personas que desarrollan una actividad agraria en un espacio definido. Esta es la primera idea que sustenta la investigación en la que se basa esta obra: el paisaje en relación con la actividad.

Aceptada esta premisa un paisaje se caracteriza, y se distingue de otros, por el conjunto de referencias, materiales e inmateriales, que acumula a lo largo del tiempo, lo que, en esta obra, su autor denomina “las capas culturales del paisaje”. A partir de esta definición es obvio que el lector no va encontrar, en la lectura del libro, la clásica separación entre naturaleza y cultura para “analizar las manifestaciones humanas y separarlas de lo natural”, más bien al contrario, se mezclan aquí ambos contenidos y además se afirma, que es, precisamente, su suma sobre el espacio, lo que define el paisaje.

¿Qué capas culturales permiten al autor caracterizar, en este caso, el paisaje de viñedo? Toponimia, repartición de la propiedad, herencia, técnicas de cultivo, aperos de labranza, rituales campestres, mecanización y arquitectura. La superposición de todas ellas define en cada mo-

mento el paisaje del viñedo. No es casual esta relación, es el resultado también de una adición, en el primer sumando la experiencia acumulada a lo largo de su vida por el investigador y en el segundo su particular metodología de trabajo que se basa en el conocimiento del espacio y de las personas que cotidianamente lo modifican con su actividad. La experiencia acumulada es extensa y va desde los trabajos de campo realizados para el estudio de la vida pastoril trashumante, hasta el estudio de la actividad vitivinícola en sus más diversas manifestaciones, haciendo un alto en el camino para mirar con atención lo que algunos llaman cultura rural.

La segunda idea sobre la que se levanta la obra es de carácter metodológico: recorrer los caminos y hablar con quienes trabajan en el campo, especialmente con los más mayores, como fuente imprescindible para conocer tanto lo que hoy se hace, como aquello que dejó de hacerse pero que contribuyó a crear este paisaje.

Eso que Luis Vicente Elías denomina “el paseo intelectualoide”, como metodología de trabajo y que le permite constatar una aparente paradoja al andar entre parcelas de viñedo: repetición y diversidad. En el paisaje del viñedo la repetición la aportan las cepas, aunque tampoco ninguna sea igual a otra, y la sucesión, estación a estación, de los ciclos del cultivo y las labores asociadas a ellos: poda en invierno, espergura en primavera, desniete en verano, vendimia en otoño... Y al mismo tiempo la diversidad que aportan las diferentes variedades de viníferas, aquí tempranillo, allí

viura y un poco más lejos cabernet o merlot; el marco de plantación (al cuadro, al tresbolillo, a la francesa...); los sistemas de poda y de conducción del viñedo (en vaso, en espaldera, cordón doble...); el laboreo...

Esta mirada actual al paisaje del viñedo, desde la antropología, no ignora la evolución que éste ha seguido a lo largo de la Historia. Así, por ejemplo, si la huella de la dominación romana es todavía visible en las zonas vitícolas mediterráneas, de la misma manera el paisaje vitícola americano guarda la huella de la llegada de los europeos a este continente, lo que se manifiesta, entre otras cosas, a través de variedades de viníferas, prácticas culturales y herramientas utilizadas para su realización. Esa huella en los parrales americanos la encuentra el autor de esta obra en el Valle de Guadalupe en Méjico, en las tierras de Mendoza en Argentina, en Durazno en Uruguay, en Río Grande do Sul en Brasil, en Moquegua en Perú, en Chuquisaca en Bolivia y en los viñedos chilenos, que en todos estos lugares paseó entre viñedos para contarnos lo que a él le contaron aquellos viticultores americanos que le salieron al paso.

Si en el siglo XIX las nuevas plagas y enfermedades, oidium, mildiu y filoxera, modificaron el paisaje de viñedo europeo, el autor se pregunta cómo y de qué manera esta influyendo hoy en la configuración del paisaje de viñedo en cada región, el aumento de la competencia en un mercado globalizado en el que se enfrentan formas muy diferentes de concebir el cultivo, la producción, el producto, el consumo y la relación entre productores y consumidores.

Definido el concepto "paisaje del viñedo" y establecido "el paseo como método", Luis Vicente Elías establece las bases para identificar tipologías de paisaje de viñedo y después nos lleva de la mano a través de los viñedos de montaña, los emparrados, los parrales americanos, las laderas por las que se desparraman las cepas hacia los cauces de los ríos atlánticos y mediterráneos, los viñedos urbanos... Y en el paseo nos enseña todas esas cosas que hacen que un paisaje del viñedo sea aquí de una forma y allí algo totalmente diferente: el marco de plantación que difiere aquí del de allí; la diferente altura de las cepas en unos y otros lugares; la asociación de las cepas con otros cultivos; el monótono alineamiento casi marcial, cepa tras cepa; los árboles que conviven con las cepas en determinados lugares; las piedras amontonadas creando formas o simplemente olvidadas. Y así descubrimos el paisaje manchego, el del Douro, el de la toscana, el bordelés... paisajes tópicos que sirven al investigador para mostrarnos su idea del paisaje del viñedo y, sobre todo, el método a aplicar para conseguir una clasificación de la gran diversidad existente en todas las regiones vitivinícolas del mundo.

Después del paseo y dejado atrás el campo, llega el tiempo del trabajo en los archivos, en las bibliotecas, en la mesa de la cocina... y entonces otras cuestiones como, por ejemplo, la legislación, las infraestructuras, las administraciones... y su influencia sobre el paisaje del viñedo, ocupan la atención del investigador. "En las encuestas de nuestro trabajo de campo múltiples respuestas relacionadas a la intervención que normas y disposiciones de variados orígenes tienen sobre una actividad agrícola. Podemos pensar de forma inocente que el paisaje del viñedo, como hecho diacrónico, surge de la labor callada e individual de los campesinos, como una transformación que ellos con su trabajo producen sobre un territorio más o menos natural. Nada más lejos de una realidad que ha regulado al viñedo, como a otras muchas actividades agrícolas, desde épocas medievales, y algunas veces cambios profundos en el paisaje no se deben a la voluntad del viñador, ni a la llegada de medios de transformación mecánicos, sino a la promulgación de una norma o decreto en un documento escrito y de una obligatoriedad total".

Trabajo de archivo, de biblioteca y paseo, que incluye conversación, descanso, lectura, reflexión... para dar a luz fichas repletas de información y de ideas de permiten al paseante realizar su obra y al mismo tiempo mostrar al lector diversas iniciativas, con las que se ha encontrado en su caminar, puestas en marcha para la protección, recuperación y/o conservación del paisaje del viñedo, y todas con la mirada puesta en ese objetivo deseado por muchas regiones vitícolas de ver como un determinado paisaje del viñedo es considerado por la UNESCO como Patrimonio Mundial. L'Observatoire Photographique du Paysage (OPP) puesto en marcha en Francia, la experiencia de Viña Tondonia en Haro (La Rioja), la Carta del Paisaje del Alto Penedés en Cataluña, los muros pintados de Champagne en Francia y la Massería Rigual en Durazno (Uruguay), son algunas de estas iniciativas recogidas en la publicación que permiten a su autor abordar el espinoso tema del paisaje del viñedo como patrimonio cultural de la humanidad, y presentarnos los trabajos que en algunas comarcas españolas se están llevando a cabo para que el Estado incorpore sus propuestas a la Lista Tentativa a Patrimonio en su apartado de Paisajes Culturales. Ribeira Sacra, La Rioja, Priorat y Requena son las regiones vitivinícolas que hasta ahora han mostrado interés por esta cuestión.

En el penúltimo capítulo de esta obra Luis Vicente Elías reflexiona sobre el paisaje del viñedo como producto, algo que conoce muy bien a través de su trabajo en Bodega R. López de Heredia, donde ha podido constatar cómo el visitante poco a poco ha ido desplazando

su interés desde la bodega hasta la viña. Pero cuando el paisaje pasa a ser un recurso surgen intereses nuevos entorno a él y también preocupación por su conservación o por reducir los impactos negativos sobre él, donde antes sólo había despreocupación, olvido o simplemente ignorancia. Con la prevención de este tipo de impactos concluye el autor su trabajo, dejando para las conclusiones algunas cuestiones que acaso hayan podido pasar desapercibidas para el lector.

Por ejemplo, la gran importancia que para el investigador tiene la reflexión serena lejos del objeto de la investigación, y nos lleve con él a navegar hasta las aguas del Cantábrico, pero cuidado, no nos dejemos engañar por este paseo marino aparentemente relajado, un trabajador constante como Luis Vicente Elías no puede terminar un trabajo, tumbado sobre la cubierta de un barco sin más hacer que tomar el sol y como no podía ser de otra manera, se despide de nosotros con una propuesta para seguir con la tarea: “nuestra opinión, y que se refleja en la metodología de esta obra, es que se deben investigar los paisajes del viñedo para datarlos por medio de tipologías y poderlos explicar como correspondientes a etapas concretas”. El paso último, en el lento y complejo proceso de investigación, sería la identificación de los “paisajes singulares del viñedo en España”, utilizando la metodología aplicada en la realización de esta gran obra.

Recibido: 22/07/11
Reenviado: 26/07/11
Aceptado: 28/07/11
Sometido a evaluación por pares anónimos



En los últimos años nuestros bienes patrimoniales culturales y naturales han ido adquiriendo una relevancia cada vez mayor en el contexto de las políticas de conservación y desarrollo, tanto a nivel latinoamericano como mundial, lo que se expresa en un número creciente de bienes y espacios protegidos por la legislación y un gran interés por parte de la comunidad en cuanto a su conservación y puesta en valor. Sin embargo es también importante el reconocimiento que adquiere el patrimonio local y doméstico, por su carácter identitario y simbólico, aun cuando ellos no hayan alcanzado la protección legal que les brinda el Estado. En este contexto se genera **AMERICA PATRIMONIO** ISSN0719-0182 la primera revista de patrimonio que reúne la opinión y el trabajo de todo un continente entorno al vasto patrimonio cultural y natural que nos rodea.

AMÉRICA PATRIMONIO es una publicación científica americana con Comité Editorial y Comité Asesor Internacional, integrado por representantes de todos los países participantes de la región. Cuenta con una versión en internet y otra en papel, está dirigida a la difusión de artículos y ensayos que se ocupan del Patrimonio Cultural y Natural de nuestro continente, combinando trabajos de caracteres empíricos, teóricos y ensayísticos que den cuenta de problemáticas locales, regionales y universales del Patrimonio. El objetivo de la publicación es promover la generación de ensayos y artículos de investigadores jóvenes y de investigadores ya consagrados en su especialidad disciplinar.

Es una publicación trimestral y cada uno de sus números es de carácter temático. La revista se divide en cuatro secciones principales: Tema Central, Ensayos y Documentos y Proyectos Recientes. Todas las secciones están abiertas a recibir artículos, ensayos, propuestas fotográficas, obras y proyectos de arquitectura y de disciplinas afines. Si usted desea publicar en la Revista Patrimonio, enviar el material.

Sitio web

www.americapatrimoniocultural.org

Contacto mail

edicion@americapatrimoniocultural.org

Dirección Editorial
Revista América Patrimonio



La revista se encuentra indexada en:
Journal index in:





ISSN 1695-7121

info@pasosonline.org

www.pasosonline.org

Revista gratuita de distribución en web

Volumen 9, Número 4

Octubre 2011