

# PASOS

*Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*

**Volumen 3, Número 1, 2005**

**ISSN 1695-7121**

Número patrocinado por:



Consejería de Educación, Cultura y Deportes  
Viceconsejería de Cultura y Deportes  
Dirección General de Patrimonio Histórico  
Gobierno de Canarias

**EDITOR: Agustín Santana**  
Laboratorio de Antropología Social  
Universidad de La Laguna  
E-mail: [asantana@ull.es](mailto:asantana@ull.es)

**SECRETARIO EDITORIAL: José A. Batista**  
Laboratorio de Antropología Social  
Universidad de La Laguna  
E-mail: [jbatisme@ull.es](mailto:jbatisme@ull.es)

#### **MIEMBROS DEL CONSEJO EDITORIAL**

**Alenka Verbole**  
FAO (Italia). Agricultural University of Athens Greece (Grecia)

**Alessandro Simonicca**  
Università "La Sapienza" di Roma (Italia)

**Anya Diekmann**  
Université Libre de Bruxelles (Bélgica)

**Artur Cristovao**  
Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)

**Davis Gruber Sansolo**  
Universidade Anhembi-Morumbi (Brasil)

**Elizabeth Tamanini**  
Instituto Superior Luterano e Centro Educacional Bom Jesus, IELUSC Joinville/Santa Catarina (Brasil)

**José Pascual**  
Universidad de La Laguna (España)

**Julio Grande**  
Fundación Caja Rioja (España)

**Llorenç Prats**  
Universidad de Barcelona (España)

**Margarita Barretto**  
Universidade de Caixas do Sul (Brasil)

**Raoul Bianchi**  
London Metropolitan University (Reino Unido)

**Regina Schlüter**  
Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (Argentina)

**Yolanda Bethencourt**  
Universidad de La Laguna (España)

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

**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 revista.pasos@canarias.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 total no superior a las 9.000 palabras (no más de 35 páginas), 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.

**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.



*Pasos: Revista de Turismo e Patrimonio Cultural* é uma publicação em Internet, especializada na análise em âmbito acadêmico e empresarial dos diferentes processos que se desenvolvem no sistema turístico, com especial interesse à utilização da cultura, da natureza e do território, das pessoas, dos povos e seus espaços, o patrimônio de forma integral. Desde uma perspectiva inter e trans-disciplinar, solicita e incentiva a produção escrita, oriunda das ciências e da prática administrativo-empresarial. Seu objetivo é cumprir com o papel de fórum de exposição e discussão de metodologias e de teorias, como também da divulgação de estudos e experiências. Pretende contribuir a outros esforços com intenção de entender o turismo e avançar nas diversas formas de prevenir os efeitos não desejados, mas também aperfeiçoar a maneira na qual o turismo sirva de complemento a melhorar e desenvolver a qualidade de vida dos residentes nas áreas de destino turístico.

**ESTILO:** para simplificar o processo de revisão e publicação, solicitamos aos colaboradores que sigam rigidamente as normas editoriais propostas citadas a seguir.

Entrega dos originais: os trabalhos deverão ser enviados ao endereço eletrônico revista.pasos@canarias.org indicando o assunto (ao enviar o e-mail): PARA PUBLICAÇÃO

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

Margens: Três centímetros em todos os lados da página.

Tipografia: No texto deverá ser utilizado a letra Times New Roman ou Arial, tamanho 10, ou similar. Nas notas será utilizado o mesmo tipo de letra, tamanho 9. Não utilizar fontes diversas, nem outros tamanhos. Caso se deseje destacar alguma palavra ou parágrafo dentro do texto, utilizar a mesma fonte *em cursiva*.

**Notas:** sempre serão situadas no final, utilizando para tanto o mesmo tipo de letra que no texto (Times New Roman ou Arial) a tamanho 9.

**Títulos e dados do autor ou autores:** O trabalho deve ir encabeçado pelo seu título em minúsculas e negrito. Abaixo dele, deve ser inserido o nome do autor(a) ou dos autores, indicando seu centro de estudos (universidade, departamento etc.) empresa ou administração, bem como a especialidade e o correio eletrônico de contato. Se desejarem podem oferecer mais dados biográficos em uma nota, não passando de 60 palavras.

**Resumo:** deve-se inserir um resumo do artigo (110-120 palavras) no idioma em que está escrito e sua tradução em inglês. Para os artigos escritos em inglês se incluirá sua tradução ao espanhol.

**Palavras Chave:** serão indicadas de 5-7 palavras chave sobre o tema principal.

**Texto:** O texto deve ser escrito em espaço 1,5 e com uma extensão total não superior a 9.000 palavras (não mais de 35 páginas), incluindo Título, Dados Biográficos dos autores, Resumo, Introdução, os anexos que sejam necessários, Conclusão, Agradecimentos (se for pertinente) e Bibliografia.

**Quadros, Gráficos e Imagens:** os artigos podem incluir qualquer forma gráfica que seja necessária. Deverão estar indicados no texto e/ou situados de forma conveniente e acompanhados por uma referência que lhes identifique. Podem ser utilizados cores, porém deve ser levado em consideração a possibilidade de uma publicação em que sua impressão seja em preto e branco.

**Abreviações e Siglas:** deverão ser bem soletrados e explicados no seu primeiro uso no texto.

**Citações e Bibliografia:** No texto as referências bibliográficas farão referência ao autor e ao ano da publicação da obra citada. Por exemplo: (Smith, 2001) ou (Nash, 1990; Smith, 2001). Quando seja necessária uma citação mais precisa se citará o número da página (Smith, 2001:34). A lista bibliográfica ao final do texto seguirá a ordem alfabética dos autores, seguindo o formato: Smith, Valene L. and Brent, Mary-Ann

2001 "Introduction to hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21<sup>st</sup> century". In Smith, Valene L. & Brent, Mary-Ann (Eds.), *Hosts and guests revisited: Tourism issues in the 21<sup>st</sup> 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

Para outro tipo de publicações deverá constar sempre o autor, ano, título e local onde ocorreu ou foi publicado.

**Direitos do Autor e Responsabilidades:** Os autores serão os únicos responsáveis por suas afirmações e declarações realizadas em seu texto. A equipe editorial de Pasos reserva o direito de utilizar os artigos publicados em edições compilatórias seguintes.

*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.

**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 21<sup>st</sup> century". In Smith, Valene L. & Brent, Mary-Ann (Eds.), *Hosts and guests revisited: Tourism issues in the 21<sup>st</sup> 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.

*PASOS: Revue de Tourisme et Patrimoine Culturel* est une publication en web spécialisée en analyses universitaire et d'entreprise des différents processus qui se développent dans le domaine touristique, avec un intérêt particulier pour les habitudes culturelles, la nature et la région, la population, les villes et leurs espaces vitaux, le patrimoine dans sa totalité. D'un point de vue inter et transdisciplinaire notre revue recherche et encourage les travaux issus des sciences et de l'expérience des administrations et des entreprises. Son but est de réaliser un forum d'exposition, de discussion de méthodologie et de théories, mais aussi de publier des études et des expériences. Cette revue cherche à promouvoir d'autres études visant à comprendre le tourisme, à progresser dans les différentes formes de prévention de ses effets indésirables et aussi de perfectionner la façon dont le tourisme peut améliorer le développement de la qualité de vie des habitants en zone touristiques.

**Style:** Pour faciliter contrôle et publication on demande aux collaborateurs de se conformer strictement aux normes éditoriales suivantes:

**Remise des originaux:** Les travaux devront être remis à l'adresse électronique revista.pasos@canarias.org en indiquant à "objet": Para publicación.

**Langue:** Les travaux seront publiés dans la langue dans laquelle ils seront remis (espagnol, portugais, anglais, français, italien)

**Marges:** Trois centimètres dans tous les côtés de la page.

**Typographie:** Pour le texte on utilisera des lettres de style Times New Roman ou Arial, taille 10 ou similaire. Pour les notes, des lettres de même type mais en taille 9. Ne pas utiliser d'autres types de lettres ni d'autres tailles. Si vous voulez mettre en évidence un mot ou un paragraphe dans le texte, utilisez la même sorte de lettre en italique.

**Notes:** Elles seront toujours placées à la fin en utilisant le même type de lettre (Time New Roman ou Arial) en taille 9.

**Titres Et Renseignements Sur L'auteur Ou Les Auteurs:** Le travail doit débuter par son titre en minuscules et en caractères gras. Au dessous figureront le nom de l'auteur ou des auteurs en précisant son centre d'études (université, département, etc.), l'entreprise ou l'administration ainsi que la spécialité et le courrier électronique de contact. Si on le souhaite on peut ajouter des données biographiques en une note sans dépasser 60 mots.

**Résumé:** On doit inclure un résumé de l'article (110- 120 mots) dans la langue ou il a été écrit et sa traduction en anglais. Pour les textes écrits en anglais ajouter sa traduction en espagnol.

**Mots-Clé:** Indiquer 5 à 7 mots sur le sujet principal.

**Texte:** Le texte doit être écrit avec un interligne de 1,5 et une longueur totale maximale de 9.000 mots (pas plus de 35 pages), incluant titre, notes biographiques des auteurs, introduction, aliéas jugés opportuns, conclusion, remerciements (s'ils sont nécessaires) et bibliographie.

**Tbleaux, Graphiques, Images:** Les articles peuvent contenir quelques graphismes jugés nécessaires. Ils devront de rapporter au texte, être placés convenablement et être accompagnés d'une légende qui les identifie. On peut utiliser des couleurs, mais tenir compte de la possibilité d'une publication sur papier en blanc et noir.

**Abréviations Et Acronymes:** Ils devront être faciles à déchiffrer et clairement définis dans leur première apparition dans le texte.

**Citations et Bibliographie:** Dans le texte les références bibliographiques préciseront l'auteur et l'année de la publication de l'ouvrage cité. Par exemple (Smith, 2001 ou Nash, 1990; Smith, 2001). Si on l'estime nécessaire, préciser davantage une citation, indiquer le numéro de la page (Smith, 2001:34). En fin de texte la bibliographie suivra l'ordre alphabétique des noms d'auteurs selon le modèle suivant:

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.

Pour les autres sortes de publications il faut toujours noter l'auteur, l'année, le titre et le lieu de célébration ou de publication.

**Droit de l'auteur et Responsabilités:** Les auteurs seront seuls responsables des affirmations et déclarations contenues dans leur texte. L'équipe éditorial de PASOS se réserve le droit d'utiliser ultérieurement dans des ouvrages de compilation les articles publiés dans la revue.

*PASOS. Rivista di Turismo e Patrimonio Culturale* è una pubblicazione in web che si specializza nell'analisi accademica e imprenditoriale dei vari processi che si sviluppano nel sistema turistico, con particolare interesse agli utilizzi della cultura, la natura e il territorio, la gente, le località e loro spazi, il patrimonio intero. Da una prospettiva inter e transdisciplinare richiede e incoraggia testi provenienti dalle conoscenze e dall'esperienza amministrativo-imprenditoriale. Il suo obiettivo è realizzare attraverso un forum via internet esposizioni e discussioni di metodologie e teorie, oltre alla divulgazione di studi ed esperienze. Pretende di collaborare ad altri sforzi volti ad intendere il turismo e di progredire nelle diverse forme di prevenzione degli effetti non desiderati, ma anche perfezionare il modo nel quale il turismo serva da complemento al progresso e allo sviluppo della qualità della vita di coloro che risiedono nell'area di destinazione.

**Stile:** per semplificare il processo di revisione e pubblicazione si chiede ai collaboratori che si adattino rigorosamente alle norme editoriali che verranno indicate in seguito.

**Consegna dell'originale:** i lavori dovranno essere spediti all'indirizzo di posta elettronica [revista.pasos@canarias.org](mailto:revista.pasos@canarias.org) indicando nell'**Argomento (Asunto)**, (nel momento di spedire la posta): per pubblicazione.

**Lingua:** I lavori dovranno essere pubblicati nella lingua nella quale siano pubblicati.

**Margini:** tre centimetri in tutti i lati della pagina.

**Tipografia:** si utilizzerà nel testo la scrittura Times New Roman o Arial, grandezza 10, o similare. Nelle note si utilizzerà lo stesso tipo di scrittura a grandezza 9. Non usare né forme né grandezze differenti. Se si desidera separare qualche parola o paragrafo all'interno del testo bisogna utilizzare la medesima forma grafica in corsivo.

**Note:** si troveranno sempre alla fine, utilizzando lo stesso tipo di scrittura del testo (Times New Roman o Arial) con grandezza 9.

**Titolo e dati dell'autore o degli autori:** il lavoro deve seguire con l'intestazione del titolo in minuscola e negretto. Sotto si inserirà il nome dell'autore o degli autori, indicando il suo centro di studio (Università, Dipartimento, etc.), impresa o amministrazione, inoltre la specializzazione e la posta elettronica per i contatti. Se si vuole possono essere aggiunti più dati biografici in una nota, non oltrepassando le 60 parole.

**Riassunto:** Si deve inserire un riassunto dell'articolo (110-120 parole) nella lingua nel quale è scritto e la sua traduzione in inglese. Agli articoli scritti in inglese si affiancherà la rispettiva traduzione in spagnolo.

**Parole chiave:** si indicheranno 5-7 parole chiave riguardanti il tema principale.

**Testo:** il testo deve essere scritto a 1.5 di distanziato e con una estensione totale non superiore alle 9000 parole (non più di 35 pagine), includendo titolo, dati biografici degli autori, riassunto, introduzione, i sottoparagrafi che si ritengono opportuni, conclusione, ringraziamenti (se fossero necessari) e bibliografia.

**Quadri, grafici e immagini:** gli articoli possono contenere qualsiasi grafismo che si ritenga necessario. Debbono riferirsi al testo e/o posti appropriatamente e accompagnati da una didascalia che li identifichi. Si possono utilizzare colori, però è da considerarsi la possibilità di una pubblicazione di supporto in bianco e nero.

**Abbreviazioni e acronimi:** dovranno essere decifrabili e definiti chiaramente nel loro uso primario nel testo.

**Citazioni e bibliografia:** nel testo i riferimenti bibliografici si riferiranno all'autore e all'anno di pubblicazione dell'opera citata. Per esempio:

(Smith, 2001) o (Nash, 1990; Smith, 2001). Quando si ritiene necessaria una citazione più precisa si indicherà il numero di pagina (Smith, 2001: 34). La lista bibliografica alla fine del testo seguirà l'ordine alfabetico degli autori, seguendo il 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. 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.

Per un diverso tipo di pubblicazione si farà figurare sempre autore, anno, titolo e luogo di celebrazione o pubblicazione.

**Diritti d'autore e responsabilità:** gli autori saranno gli unici responsabili delle affermazioni e dichiarazioni realizzate nel loro testo. Il gruppo editoriale PASOS si riserva di utilizzare in raccolte successive gli articoli editi.

## ÍNDICE

### Artículos

Alessandro Simonicca	Economia sostenibile, comunità culturali e isole	1
Sonja Leboš	City as a (touristic) product	23
Maribel Osorio García	Hacia la construcción del objeto de estudio del turismo desde una perspectiva materialista crítica	41
Ivani Ferreira de Faria	Ecoturismo: etnodesenvolvimento e inclusão social no Amazonas	63
Alfredo Ascanio	El espacio turístico en países emergentes : la morada disgregada del hombre	79
Vanúbia A. Laulate Moncayo Joana D'Arc Ribeiro	O Turismo praticado pela Pousada Ecológica Aldeia Dos Lagos junto às Comunidades de São João, Santa Luzia do Sanabani e São Sebastião do Itapani no município de Silves – Amazonas	87
F. Xavier Medina Ricardo Sánchez	Actividad físico-deportiva, turismo y desarrollo local en España	97
Xerardo Pereiro Santiago Prado Conde	Turismo e oferta gastronómica na comarca de Ulloa (Galiza): Análise de uma experiexperiência de desenvolvimento local	109
Teodomiro Fernandes da Silva	La cooperación inter-empresarial: nuevas estrategias empresariales para pequeñas empresas en el proceso de desarrollo local	125
Juan Fco. Castro León	La Calidad como herramienta de gestión del Turismo Cultural	143
Alexandra Campos Oliveira	Turismo em áreas “menos desenvolvidas”: caracterização, desenvolvimento e planejamento turístico da Vila de Trindade, município de Paraty / Rio de Janeiro – Brasil	149
Eduardo Salinas Chávez Maite Echarri Chávez	Turismo y desarrollo sostenible: el caso del centro histórico de la Habana – Cuba	171
Roque Pinto	Dos frutos de ouro às hordas douradas: turismo, grupos de status e estilos de vida em Ilhéus, Brasil	189

## ÍNDICE (cont.)

### Opiniones y ensayos

Steve Butts	Community Attitudes and Failure to Respond: A Hegemonic Model	199
Aldo Guzmán Ramos	Patrimonio cultural y desarrollo turístico en Camboya: el caso de Angkor	203
Laura A. Aguilar González	La Explotación Sexual Comercial Infantil (ESCI) en el Turismo. Análisis del turismo sexual internacional que afecta a la niñez	207

### Reseñas de publicaciones

Raquel de la Cruz Modino	Sol de invierno. Homenaje de Arona al Turismo Sueco. (Galván Tudela, A.; González Lemus, N.; Moore, K. y Hernández Armas, R.)	211
--------------------------	---	-----



## Economia sostenibile, comunità culturali e isole

**Alessandro Simonicca** †

Università "La Sapienza" di Roma (Italia)

---

**Resumen:** Nel presente intervento affronterò alcuni temi relativi al rapporto fra turismo sostenibile e processi di cambiamento culturale. Inizierò con l'analisi della nozione di "turismo sostenibile", cercando di dimostrare che la sua comprensione è più piena se si assume uno sguardo antropologico. Mi soffermerò poi sul rapporto fra cultura, agenti sociali e turismo, e concluderò con qualche notazione relativa al problema della "insularità". L'assunto principale è che, non dandosi a priori relazioni univoche tra turismo e società, sia da rivolgere particolare attenzione alla natura olistica del turismo quale fenomeno culturale e alla sua peculiare "evoluzione". Da ciò discende la prospettiva che la "insularità" sia destinata a porre i problemi tipici che incontra chi esercita uno sguardo etnologico sulle culture altre.

**Palabras clave:** Turismo sostenibile; Cambiamento culturale; Isole

---

**Abstract:** In the present participation I will face some relative topics you to the relationship between sustainability tourism and processes of cultural change. I will begin with the analysis of the notion of "sustainable tourism", trying to demonstrate that its understanding is fuller if one is assumed anthropological look. I will stop myself then on the relationship between social culture, agents and tourism, and will conclude with some relative notation to the problem of the "insularità". The main task is that, not giving a priori to relations univoche between tourism and society, which cultural phenomenon is from turning particular attention to the olistica nature of the tourism and to its peculiar "evolution". From that the perspective comes down that the "insularità" is destined to place the typical problems that who meets exercises one ethnologic look on the cultures others.

**Keywords:** Sostenibility tourism; Cultural change; Islands

---

---

† • Alessandro Simonicca insegna Antropologia presso la Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università "La Sapienza" di Roma. Si interessa di epistemologia antropologica e dello studio delle società complesse. E-mail: [alessandro.simonicca@uniroma1.it](mailto:alessandro.simonicca@uniroma1.it)

### Le difficoltà ad usare la nozione di sostenibilità e di turismo sostenibile.

Vi sono diverse difficoltà a definire la nozione di “turismo sostenibile”, sia al semplice livello semantico sia per un più maturo esercizio interpretativo<sup>1</sup>. E ciò discende dall'esistenza di un *punctum pruriens* più a monte, e cioè dall'idea di “sostenibilità” *tout court*.

Se partiamo da una formulazione ampia e assai impegnativa, vediamo subito i limiti concettuali di tale nozione. Per la *Commissione Bruntland* la “sostenibilità” concerne “uno sviluppo capace di soddisfare i bisogni del presente senza compromettere le possibilità di fruizione per le nuove generazioni”(WCED 1987).

Sulla sostanza generale non si può che essere d'accordo (un po' come il crociano “non possiamo non definirci cristiani”), e le sue ragioni, largamente condivisibili, derivano dall'opposizione a una idea di sviluppo economico mondiale indefinito, a una idea di una continua riproducibilità delle risorse, e alla riduzione a prodotto di ogni azione umana. La nozione, inoltre, esprime una critica diretta a modi di vivere basati su standard di mero consumo, e sulla noncuranza o indifferenza riguardo ai limiti naturali delle risorse fondamentali di cui necessita l'uomo.

Qui non interessa la discussione sull'“ambientalismo”, piuttosto comprendere che la nozione di sostenibilità afferisce a una considerazione diversa di tempo della vita e delle risorse, quali fonti limitate, rispetto cui il tempo non garantisce riproducibilità, né sostituibilità.

I problemi sono molti e si distribuiscono equamente per lo meno su tre versanti. Il primo riguarda l'estensione dei soggetti: si intendono tutti i soggetti indistintamente, gli uomini alla stessa stregua delle donne e dei bambini? Il secondo concerne la posizione sociale: i gruppi deboli sono da considerare allo stesso livello dei più forti? Il terzo ha a che fare con il futuro: quali preferenze e quali possibilità tecnologiche è bene privilegiare oggi, rispetto a un futuro di certo non facilmente anticipabile?

La definizione presenta forti aspetti etici, è indubbio; analiticamente, però, zoppica per più versi.

Le difficoltà della definizione (ne esistono un centinaio), probabilmente, stanno in una concezione troppo astratta di “uomo”, concepito quale soggetto unitario, portatore di diritti universali e capace di preferenze individuali razionali. L'astrattezza della definizione si mostra in particolare nell'eccesso di enfasi rivolta alle caratteristiche egualitarie e mutualistiche, perché sottodimensiona o, meglio, sottace, tre dimensioni importanti:

- i fattori sociali dello sviluppo entro un progetto di equità sociale fra le generazioni

- le cause economiche e politiche dell'ineguaglianza nella distribuzione di risorse scarse

- la forza coesiva o di entropica della “cultura” in contesti di cambiamento o di sviluppo.

Il nodo, in verità, accomuna gran parte delle teorie attuali sull'ambiente. E infatti sia l'ambientalismo, sia le due altre teorie a esso fieramente opposte, (la teoria della modernizzazione e la teoria del sottosviluppo), partecipano della stessa accezione ideologica di “natura” quale risorsa indefinita. Tutte e tre le teorie mancano di rivolgere un'adeguata attenzione all'importante ruolo che svolge la dimensione culturale per una corretta analisi dei contesti di sviluppo.

La nozione di sostenibilità si riferisce, in ogni modo, alla necessità di pensare in maniera diversa e meno dissipativa al patrimonio complessivo a disposizione delle società. Di più, invita, pur con le cautele dovute, a ripensare la natura non quale oggetto bensì quale dimensione indispensabile all'uomo e alla sua azione.

La stessa compresenza di forza e debolezza ritorna nel trasferimento della nozione di sostenibilità dalla dimensione economica generale al settore specifico del turismo. Anche qui risulta chiaro il modo in cui gli schieramenti si dislocano, assai meno perspicuo è invece lo svolgersi delle varie strategie.

E certamente se ci fermiamo all'idea che il turismo sia una sorta di molla (o “volano”) per lo sviluppo economico, cioè attività produttrice di reddito e veicolo di occupazione, non v'è dubbio che anch'esso deve poter essere coniugato in termini di turis-

mo sostenibile. Meno facile è se si vuol proseguire in maniera consistente nell'argomentazione e nell'azione.

La caratteristica del turismo sostenibile è che in esso si palesa, ancor più che nello sviluppo sostenibile, il nodo del contendere: le attività turistiche si basano su una serie di risorse talmente "comuni" a tutti i soggetti e/o residenti di un territorio, eppure così esposte al degrado, che il loro destino non può non coinvolgere le sfere più ampie di una popolazione.

Se è evidente a tutti il fatto che la maggior parte dei beni fruiti sono di tipo "pubblico", dalle spiagge, alle montagne, al mare e così via, non è meno vero che il loro uso conduce a degrado, diminuzione o addirittura cessazione fruitiva. Da qui si trae la convinzione che si tratti di rendere ragione di uno sviluppo che per procedere si trova costretto a eliminare progressivamente proprio quella indisponibile fascia naturale che in varia misura protegge e fa da presupposto alle società umane. Le risposte sul come fare variano.

### Le esternalità.

La trama delle strategie economiche trova un primo intoppo concettuale sul tema dei costi ambientali. Rispetto a questo tema si possono individuare due principali posizioni contrastanti:

a. l'ambiente può essere analiticamente identificato, misurato e valutato, tramite il calcolo delle preferenze o in termini di costi;

b. non v'è alcun algoritmo per identificare, misurare e valutare i costi ambientali, perché l'ambiente è un *unicum* indivisibile.

Di fronte a tale dilemma, gli schieramenti si diversificano per *vis* polemica e per radicalità.

In un primo schieramento (i cosiddetti *blue green*) si trovano, in genere, coloro che accettano le condizioni e le regole del mercato e, di conseguenza, pensano alle risorse naturali in termini di sostituibilità nel tempo. Il secondo schieramento (i cosiddetti *red green*) si mostra interessato alle caratteristiche di "equità sociale" propria di ogni azione umana sull'ambiente, intendendola in maniera sia intragenerazionale sia intergenerazionale. Nel terzo schieramento militano i gruppi più radicali ed intransigenti (i cosiddetti

*radical green*), che reputano talmente insostituibili e irriproducibili le attuali risorse naturali e ambientali, da teorizzare modi di vita (e qui schematizzo) tendenzialmente "premoderni"<sup>2</sup>.

Al centro della disputa sta la natura e la dinamica del consumo dei "beni pubblici" in termini di "esternalità", ossia effetti a opera di soggetti implicati in azioni economiche. Per esemplificare: se l'eccesso di sciatori pone in pericolo l'assetto di una valle, chi ripaga i danni o la restituisce alla situazione ottimale? Se il turismo balneare, con tutte le sue complesse infrastrutture, produce effetti di inquinamento su un tratto marino, a chi è attribuibile la responsabilità del danno?

Secondo alcuni analisti si possono calcolare, misurare e internare i costi esterni, secondo tecniche particolari (analisi costi/benefici, analisi input/output ed altre ancora), nello stesso progetto di azione economica intrapresa. In ogni caso, l'idea di un turismo sostenibile poggia sulla convinzione che si possano dare forme decisamente alternative<sup>3</sup> al turismo/consumo di massa e che si possano limitare le esternalità tramite varie procedure (agenzie di controllo e gestione, creazione di un mercato di esternalità, creazione di un mercato di beni pubblici).

Rimane nondimeno aperta la questione: come misurare le esternalità più "difficili", quali i valori ambientali, i fattori sociali, la conservazione di tradizioni culturali e così via?

Se, poi, non risulta possibile misurarle, o per lo meno risulta troppo complicato, cosa pensare dello "sviluppo" e come operare?

Concettualmente il problema riguarda la posizione da assumere circa il rapporto fra "natura" e "cultura": schematizzando, il *radical* le eguaglia, il *liberal* riconduce la seconda alla prima. Si tratta di modi di pensare e ideologie, cui corrispondono rispettivi stili di vita contrapposti.

Due quindi i punti da cui ripartire: sino che livello le attività economiche in generale, e turistiche in particolare, minacciano il *genius loci* tradizionale?

E sino a che livello possiamo "misurare" la cultura di un luogo, cioè agire in maniera consapevole circa la sua riproducibilità?

Per rispondere a tali quesiti, bisogna comprendere il campo d'azione degli attori

sociali.

### La collaborazione e il partenariato.

La natura del turismo é diffusa e frammentaria, con conseguenze negative rilevanti; innumerevoli sono gli effetti che discendono da ciò. Non è quindi casuale, in specie nei più recenti programmi di conoscenza e d'azione, che avanzino tentativi di ricerca e di azione intrapresi per lavorare in direzione e con approcci "sistemici". La collaborazione e/o il partenariato costituiscono un modo importante per far prevalere la prospettiva olistica e la connessione intersettoriale delle azioni e degli ambiti attinenti al turismo.

In comune alle azioni di collaborazione e di partenariato sta l'intendimento di coinvolgere diversi attori economici, sociali e politici nella pianificazione e gestione turistica, sulla base di accordi che implicano interazioni faccia-a-faccia fra i soggetti stessi (pubblici, semipubblici, privati, volontariato, gruppi di pressione, gruppi di interessi); ove un momento importante é la progressiva scomparsa degli steccati fra settori pubblici e privati, per la nascita di *forum*, coalizioni, alleanze, *taskforce*, partenariati pubblico-privati.

Nella letteratura critica è invalso l'uso del termine *stakeholders*, con cui definire tali attori sociali ed economici, che si caratterizzano per essere autonomi, nonché portatori diretti di specifici interessi legittimi<sup>4</sup>.

La collaborazione implica relazioni fra attori sociali in riferimento a un "tema" (*problem domain*): i soggetti controllano risorse diverse, dalle conoscenze agli expertise alle sinergie ai capitali, ma nessuno di essi possiede la totalità delle risorse necessarie per individuare e perseguire i propri obiettivi. I benefici potenziali a venire sono mutui e includono un processo dove i partecipanti possono imparare reciprocamente, apprendere dal processo stesso, sviluppare politiche innovative, rispondere dinamicamente al divenire dell'ambiente. I risultati sinergici che derivano dal condividere risorse, rischi e ricompense, rispondono a una logica che individua nel *vantaggio collaborativo*, più che nel *vantaggio competitivo*, la molla del

successo di un'azione.

La collaborazione implica mutue relazioni fra attori autonomi che insistono attorno a un "tema" con impegno a discutere in maniera continuativa sino a decisioni finali condivise. Il processo si sviluppa entro uno spettro scalare di possibilità che va da un massimo a un minimo di organizzazione e/o formalizzazione. A salvaguardare la sussistenza della collaborazione è una previa condizione, e cioè la volontà comune di evitare i costi a lungo termine derivanti da possibili conflitti fra i gruppi di pressione, grazie a una intesa coerente fra scopi, intensità di azione e grado di consenso. L'intero processo corrisponde al problema iniziale: la collaborazione su un "tema" rappresenta la sfida sistemica fra parti o elementi di un insieme in cui nessuno può pretendere di detenere titolo di supremazia definitiva.

La pianificazione collaborativa conosce varie impostazioni. Ne citiamo due in particolare: metodi che hanno per base la ricerca del consenso e il rispetto degli interessi specifici (*consensus-base-methods*), e metodi che puntano a ricercare e sviscerare motivazioni profonde reci-procamente condivisibili (*interest-based-negotiation*). Nel primo caso si tratta di un procedimento di politica sociale finalizzato alla negoziazione di "posizioni" che soddisfino tutti i partecipanti<sup>5</sup>; nel secondo, abbiamo un processo decisionale focalizzato attorno alla individuazione di motivazioni più profonde capaci di animare il rapporto fra i soggetti e il "tema" stesso<sup>6</sup>. Nel primo caso, l'assunto di fondo parte dalla convinzione che sia sempre possibile trovare accordi buoni e idonei a soddisfare i legittimi interessi economici di tutti i soggetti. Nel secondo caso, l'idea guida è l'intendimento di poter mutare una immagine superficiale del territorio andando a individuare le immagini più profonde e condivisibili che i soggetti hanno della propria comunità, e su questa base costruire poi un percorso progettuale, entro una "visione comune" di "appartenenza".

L'ultima definizione rimanda al caso più complesso e rimanda a una sequenza articolata di processi decisionali e ideativi che dipartono da una procedura di tipo *problem-solving*. Perciò, la collaborazione é

un processo in cui si formano e si eseguono decisioni congiunte sul futuro stesso di un *problem domain* fra *stakeholders* centrali che giocano diverse caratteristiche fra cui, in particolare l'interdipendenza, la differenziazione, la decisionalità congiunta, la responsabilità.

Un caso esemplare, nella letteratura critica, è *Bonarie*, una delle isole olandesi delle Antille<sup>7</sup>, un cui sintetico resoconto è utile per precisare l'interdipendenza delle dinamiche e le poste in gioco. A Bonarie vi sono due leadership, la commerciale e l'ambientalista. Unica è però l'attuale risorsa isolana: il turismo di immersione (*diving*) nei banchi corallini locali. L'alternativa secca è fra il privilegiare un più intenso sviluppo industriale alberghiero (cioè incrementare il *nature-based tourism*) oppure salvaguardare l'ambiente (cioè imporre vincoli di accesso).

Nell'isola si fronteggiano due corrispettive diagnosi sull'identità isolana. Da una parte, v'è il partito della difesa a oltranza dei coralli, il cui status attuale sembra non poter sopportare un ulteriore carico, pena l'estinzione della stessa risorsa che permette all'isola di trarre reddito; dall'altra, si oppone la schiera di chi sostiene che l'isola abbia bisogno di maggiore crescita economica e che vadano aumentate le risorse ricettive, cioè in ultima analisi il flusso turistico e quindi un maggiore impatto del *diving* sul corallo.

I temi su cui si organizza la discussione fra le due parti si concentra su tre aspetti: la capacità di trasporto aereo essenziale per i flussi turistici, una capacità alberghiera adeguata alla ricezione, l'abbattimento dell'inquinamento per la conservazione dell'attrattiva turistica stessa.

Il comune convincimento sul "destino" e sulla "vocazione" dell'isola produce un assenso impegnato sulla necessità di salvaguardare i tre aspetti; la questione riguarda il peso da attribuire loro.

In verità, i tre aspetti sono interdipendenti; il terzo risulta però dissonante<sup>8</sup> rispetto al primo (per lo meno nelle attuali condizioni e per lo stato conoscitivo dell'ambiente). Gli albergatori sono il gruppo che spinge con maggiore forza per ampliare l'offerta ricettiva e quindi ospitare un più altro numero di visitatori: a tal fine sostengono con forza il potenziamento ae-

roportuale e il *charter tourism*.

La conclusione del processo porta all'alleanza dei gruppi sociali più interessati al primo e al secondo aspetto, mentre l'abbandono del terzo conduce alla sconfitta del gruppo ambientalista e allo scacco della lotta contro l'inquinamento.

La collaborazione fallisce nella determinazione delle decisioni finali a causa dell'insorgere di insanabili conflitti, ma è destinata a riprendere con molta verisimiglianza in un futuro non troppo lontano.

### I conflitti.

Chi sono gli *stakeholders*? È il quesito centrale, il più arduo.

Essi sono, ricorrendo ad una formulazione generalissima, soggetti autonomi con aspettative legittime di azione sociale, concreta e diretta a un fine. Detto questo, sorgono i dubbi.

Quali sono i soggetti specifici da coinvolgere? Tutti, o solo i più rappresentativi? E poi, data la prevedibile presenza di gruppi forti e deboli: chi rappresenterà i secondi, scontato il protagonismo (se non la prevaricazione) dei primi?

Il rischio, affatto realistico, è che più che soggetti legittimamente aspiranti al successo, essi siano, in realtà, gruppi di pressione e/o di interesse; siano *lobbies* o associazioni che pretendano di governare o influire sulla politica senza un esercizio diretto del potere.

Il problema del differenziale di potere nelle relazioni fra i gruppi (in presenza o in assenza) è reale; non è da sottovalutare e richiede l'individuazione di strategie adeguate.

Indichiamo qui due grandi linee di pensiero. La prima è la tesi efficientista, che identifica la soluzione del *problem domain* con lo schieramento unitario dei suoi attori più forti e perciò reputati capaci di far decollare un sito. La soluzione punta all'efficacia e al successo dell'azione, indubbi sono però i suoi limiti di rappresentatività. La seconda è la tesi partecipativa, che abbandona la soluzione della riconduzione a un *centro* (variamente identificabile, perché il bersaglio è sia il centralismo nazionale sia il dirigismo locale) quale supposta fonte autentica di potere e decisionalità. La tesi partecipativa predilige

decisioni condivise, ma può risultare inefficace a risolvere i conflitti economici sorgenti.

Uno dei modi per uscire dal dilemma è la strategia del *network*, piuttosto che la soluzione (storica, ma oggi, per più versi, claudicante) di un *centro* da cui il potere si irradia verso le periferie.

Se la forma del partenariato assume la forma del *network*, ciò avviene perché tale uscita si mostra oggi più adeguata per diversi motivi e, nel particolare riferimento al turismo, vale la pena di indicare due circostanze particolari:

- il turismo è un sistema di azioni anomalo, in specie oggi, perché sempre più frammentato mentre la collaborazione diviene sempre più decentrata ed è facilitata dalla presenza di molti e dispersi attori;

- nelle odierne pressioni competitive la risposta più efficace rimanda a decisioni congiunte, in specie nella dimensione del controllo delle risorse naturali, ove le varie agenzie ricorrono a metodi di pianificazione e gestione partecipata.

Naturalmente, di per sé, l'assunzione di responsabilità da parte "locale" non garantisce né l'equità sociale, né il superamento delle strutturali e storiche dipendenze delle periferie dal centro. E non mancano infatti i casi di "comunità locali" che risultano sorde ai problemi ecologici, oppure impongono – più semplicemente – le loro strategie politiche in termini di "produttivismo", e quindi con grandi danni per l'ambiente. E, con questo, si vuol dire che il timone conoscitivo e di *governance* del turismo va continuamente aggiornato e non trova soluzioni lineari.

Più che l'esemplificazione di modelli neocorporativi a tendenza privatizzatrice e commercializzante, la forma della rete locale, nonostante tutto, però, esprime l'esistenza di una molteplicità dei soggetti nonché la loro importanza per l'effettuazione dei processi collaborativi. Si può anche andare oltre: non si tratta di processi di semplice *coordinamento*, ben noti nella storia delle organizzazioni moderne. Non sono, cioè, insiemi di relazioni formali preesistenti e istituzionalizzate fra differenti intrecci organizzativi al fine di rappresentare interessi o individui, da far meglio funzionare. Si tratta invece, e in maniera innovativa, di *processi*

*collaborativi*, caratterizzati da *trade-off* informali e da fasci di azione tesi a stabilire reciprocità, in assenza stessa di regole.

Il problema di fondo, ultimo, - potremmo denominarlo il metaproblema – della collaborazione e quindi della sostenibilità, è proprio la sfida a costruire una organizzazione che sia diversa dalle forme usuali, e non ricalchi le note forme gerarchiche e/o oligarchiche dell'operare sociale e politico.

Ciò è tanto più importante, in quanto vi sono fatti e fenomeni difficilmente contestabili, che indicano se non un sistema in atto, per lo meno trend incisivi. Prendiamo, ad esempio, il nuovo imprenditorialismo. Esso assume nuove forme con relazioni tali che al centro non risiedono più solo e unicamente singoli soggetti gerarchizzati, ma anche – e in crescente misura – attori e decisori dell'ambito pubblico e privato. Il binomio pubblico/privato presenta ragioni e soluzioni assai diverse dalle precedenti forme, è al contempo l'indice di un mutamento profondo nelle realtà associative, nonché - questione niente affatto da sottovalutare – è forma di un processo che richiede un nuovo modo di concepire e rappresentarsi la realtà<sup>9</sup>.

Il nesso pubblico-privato, oltre che dislocare vecchie logiche di schieramento e porre in crisi strategie standard, impone riflessione: distrugge non poche ideologie della modernità, ne introduce forse altre, non meno perniciose, certo, ma impone di non distogliere l'attenzione dal nuovo, anzi obbliga a concepirlo nella sua propria dimensione, in una sorta di "pensare altrimenti".

### **Identità narrative.**

E' la frammentarietà dell'ambito turistico a far nascere l'esigenza di collegare i vari settori dell'impatto, dall'ecologico all'economico al culturale. Si tratta, in altre parole, di porre attenzione alla centralità della formazione delle decisioni politiche e, più estensivamente, dell'opinione pubblica stessa.

L'alleanza cooperativa fra *soggetti* privati e pubblici in specifiche aree di destinazione è intesa ad affrontare ripetuti conflitti per l'uso e per la protezione di spazi fra-



gili o ecologicamente vitali, e non può non ristare su un consenso che ha a che fare, fondamentalmente, con lo sviluppo del turismo, con i conflitti e le conseguenze che ne derivano, e quindi in ultima istanza con la *crescita di una comunità*.

Se il passaggio delineato è corretto, allora ne consegue che è necessario operare con approccio interpretativo puntato sull'esperienza quotidiana e vissuta dei partecipanti al processo e alla comunità, nonché ai significati associati alla partecipazione contestuale<sup>10</sup>.

La rete dei significati collega le condizioni dell'esperienza temporale: essi e il luogo in cui gli eventi si connettono sono tali che gli individui possano comprendere gli eventi e insieme se stessi.

L'individuazione dei soggetti e il resoconto delle loro motivazioni producono "testi multivocali"<sup>11</sup>. I testi multivocali che ne derivano accolgono le voci dei residenti e degli altri partecipanti al piano collaborativo di sviluppo della comunità, nella dimensione etica e umana della pianificazione. Si crea una cruciale dialettica fra formazione del consenso e strutture del processo, entro una sorta di mediazione terapeutica in cui vengono a essere comprese le capacità che una comunità possiede ai fini della sua costituzione (o ripeterpetuazione).

Il rapporto fra agenti e strutture del processo sono tali che i soggetti collaborano, imparano e insieme agiscono sullo spazio partecipativo. Gli spazi pubblici attraversati dalle molte "parti" sono le forme di discussione della sfera pubblica (quella che felicemente i tedeschi chiamano *Oeffentlichkeit*), e questa ultima diviene il "tema".

L'approccio in termini "narrativistici" delle questioni ambientali e decisionali si ricollega a una impostazione "critico-interpretativa" del poststrutturalismo anglosassone e americano<sup>12</sup>. Rileggendo e rielaborando le tesi di Foucault in positivo, abbiamo una definizione del "tema" e delle strategie conseguenti in termini di sistemi discorsivi entro cui i soggetti parlano e sono parlati dal potere. A differenza però di Foucault per il quale è il potere a modellare e plasmare i soggetti, per tali correnti poststrutturalistiche il potere è certamente l'insieme dei dispositivi retorici entro cui i

soggetti operano ma è anche l'ambito entro cui trovare risorse per "esistere" e/o per "resistere".

La natura retorica del potere, nella dimensione dei problemi ambientali, trova una sorta di rimando speculare nella natura retorica dei processi discussivo-collaborativi. Ciò significa che si crea uno spazio dialogico (e non solo oppressivo-passivizzante) che permette la costruzione di identità narrative condivise di comunità e luoghi, manifestando il carattere performativo e dialogico degli spazi decisionali.

Il potere si attiva nel gioco delle influenze e delle relazioni fra agenti e strutture, incluso il contesto della collaborazione. E ciò vale anche per più deboli della società. Una collaborazione così intesa ha l'effetto di portare le voci marginali delle culture sino ai tavoli delle collaborazioni, e quindi valorizzare la sfera pubblica della collaborazione interorganizzativa, quale strumento in grado di indirizzare lo sviluppo della comunità.

I vari contesti dovranno poi indicare in qual modo tali possibilità siano state più o meno attualizzate.

### **Pensare evolutivo.**

Il partenariato turistico rappresenta quindi l'insieme degli spazi collaborativi di soggetti autonomi che provengono da organizzazioni che manifestano interesse allo sviluppo turistico, si impegnano in un processo interattivo, usano regole condivise, norme e strutture a un livello concordato di organizzazione e per un'area geografica definita, agiscono o decidono su temi relativi allo sviluppo economico.

Il partenariato può incontrare difficoltà a percorrere tutte le fasi del processo di collaborazione e può essere sopraffatto dal sentimento di inerzia o di frustrazione, con esiti che vanno dalla percezione della fatica sino alla fine dell'impegno; ma, alla stessa stregua, si dà anche il segno positivo, cioè che sussistano (o si sappiano creare) le condizioni per raggiungere la maturità. Sia la maturità, sia la *defaillance*, però, non sono perenni o inesorabili: sono entrambi, più semplicemente, e sia pur entro le idiosincrasie dei singoli contesti, momenti

inevitabili della dinamica di ogni processo di collaborazione. Il che vale a dire che l'inizio di un processo non può avere luogo senza che si diano già (in qualche modo) le condizioni della sua conclusione.

Il partenariato, insomma, è un soggetto complesso che diparte da uno stato iniziale, ove si avvale di sinergie iniziali per trasformare o ampliare un certo stock di risorse e piani, e si trasforma, per coerenza entropica, secondo un percorso che prevede una sorta di "naturale" esito finale. Se questo è vero, come dimostrano le varie esperienze e l'insieme della letteratura critica, allora bisogna riconoscere che esiste un tempo entro cui pensare tale processo; e che a una curvatura d'azione corrisponde una curvatura di idee. Se, quindi, v'è durata del turismo/sito turistico, ad essa possono ben essere analogizzate vita e durata delle organizzazioni.

Quando parliamo di teorie della durata dei siti, ci riferiamo, ovviamente, al modello di Butler<sup>13</sup>, secondo il quale i siti turistici posseggono una propria "vita" che viene vissuta e transitata per sei stadi fondamentali.

Nello stadio dell'*esplorazione*, vediamo un ridotto flusso di visitatori-pionieri che instaurano un rapporto amichevole con i residenti, e questi a loro volta sviluppano un'ospitalità schietta e del tutto familiare. Nello stadio del *coinvolgimento*, aumentano i visitatori e in misura graduale anche i servizi, con nascita delle prime agenzie. Nello stadio dello *sviluppo*, prevale il turismo istituzionalizzato che opera tramite pacchetti e prenotazioni di mercato, con crescita progressiva di un'area turistica separata ("bolla turistica"). Nello stadio del *consolidamento* si assiste allo stabilizzarsi di una media standard di visitatori, con raggiungimento della massima capacità attrattiva e di operatori esterni. Nello stadio della *stagnazione*, si ha che la pressione del turismo organizzato di massa produce un abbassamento dei profitti, inizia il declino dell'area ed emergono ingenti problemi ambientali. Con lo stadio del *declino* o della *rinascita* si giocano le ultime carte del sito che può decollare per una nuova vita se le autorità locali riescono a riordinare (o rielezionare) le risorse, oppure definitivamente decadere con obsolescenza rapida delle infrastrutture.

Il modello di sviluppo è assai generale, non si limita a rappresentare un solo tipo di risorsa turistica, o una sola tipologia turistica (anche se è indubbio che il caso concreto di riferimento è lo sviluppo del turismo di massa). E' stato spesso accusato di essere troppo deterministico e di non rendere conto della varietà dei contesti; di prestare attenzione più alla "attrattiva" che ai visitatori e di sottovalutare le molteplici risorse e capacità che hanno i siti per innestare processi di rivalorizzazione o rinascita.

Sono tutte accuse ed obiezioni che, a venti anni dalla sua prima formulazione, la teoria ha ricevuto, e sono tutte accuse e obiezioni pacate e fondate. Nella sua formulazione finale, però, il modello di Butler insiste in particolare su due possibili "uscite": l'accettazione della "morte" del sito oppure la sua "rinascita". E' quindi uno schema mobile, che descrive (e non prescrive) traiettorie e possibili curvature di sviluppo, non vie obbligate o universali. E', perciò, nonostante tutto, utile e sinora ineguagliato, perché ci offre la più generale e possibile rappresentazione dello sviluppo di una località turistica (una sorta di "idealtipo") cui rivolgersi per tarare e comparare i tempi di vita delle località.

La notazione non è di poco conto. La convinzione dell'esistenza di una *temporalità* propria dei siti è assai importante e ci immunizza da possibili fraintendimenti circa supposte inesauribili risorse a disposizione umana. Non solo, ma induce anche a concretare ed estendere maggiormente il modello, coinvolgendo in prospettiva evolutiva anche la componente umana e le relazioni sociali interne al sito, compreso il partenariato. La riconduzione dello sviluppo del "partenariato" al modello butleriano non è incauto, serve invece a sottolinearne il carattere ciclico/dinamico<sup>14</sup>.

Anche per il partenariato esiste dunque una temporalità specifica lungo la quale si snodano processi decisionali, sequenze di azioni e strategie, non vincolanti né deterministiche, ma possibili nelle loro articolazioni e valenze interpretative.

Abbiamo già visto quali sono i vari passi, ma non manchiamo di sottolineare l'importanza del triplice momento di "definizione", "condivisione" e "risoluzione" di problemi quale autonomo *corpus* di vita

del processo collaborativo, esso stesso, da sé, degno di essere percorso (anche senza implementazione tecnica finale), e a cui far corrispondere una specifica taratura temporale.

La letteratura più recente, comparando *case-studies* e sequenze rituali di strategie politiche, ci suggerisce l'utilizzo, anche per le organizzazioni di partenariato, della nozione di "ciclo di vita". Quest'ultimo coincide con lo sviluppo di un piano particolare che, comparato ad altri, abbisogna sino ai *tre anni* per essere impostato, e sino a *sei anni* per raggiungere la sua piena maturità, per poi declinare con il suo esaurimento. La "taratura" che citiamo è di Caffyn che la riferisce al caso britannico del Nord Pennin Chain<sup>15</sup>. Tale cadenza di ciclo non pretende prescrittività assoluta. Essa contiene quel tanto di supporto empirico da renderla argomentata ma indica un caso troppo particolare per poter divenire, per ciò stesso, norma; possiamo (e dobbiamo) nondimeno ricorrervi quale schema di raffronto concreto con cui comparare i tempi del movimento fra forze reali di un contesto di partenariato. Ripensare la temporalità implica una riflessione critica (ma non aprioristicamente negativa) su modelli e tarature di tipo biologico, e sulla necessità del loro uso anche nel caso particolare della dimensione culturale.

Bisogna, in altri termini, estendere l'orizzonte lungo l'asse che lega località a sviluppo, a collaborazione e a cultura, e pensare in maniera "evolutiva" anche l'ultimo anello della catena.

### **La cultura/risorsa.**

Vi sono temi fondamentali che il turismo sostenibile, sia nella sua forma di mercato sia nella sua forma radicale, stenta - dicevamo - ad affrontare e sono i temi della cultura.

Ci riferiamo qui a nozioni quali identità, appartenenza, significato, diritti morali e legali, giustizia sociale, consenso. Tali temi culturali sono comuni anche al turismo sostenibile, se per questo ultimo si intende, per dirla in breve, un progetto di vita diverso.

Il nesso è rilevante e ha senso perché molti dei problemi in questo ambito provengono da una accezione poco

approfondita del rapporto fra turismo sostenibile e cultura. Tra i due ultimi termini non si tratta di instaurare dall'esterno una relazione meccanica, salvo l'impoverimento sino all'inverosimile dell'idea stessa di sviluppo sostenibile. Questo ultimo, infatti, necessita della stessa componente "cultura" per essere pienamente inteso; e, più a monte, deve la sua esistenza a quel processo collaborativo che garantisce la salvaguardia della/e cultura/e. Asserire ciò implica che la collaborazione non rappresenta solo un meccanismo utile per risolvere problemi, essa è anche - e prioritariamente - un fine legittimo e importante delle politiche per lo sviluppo. Un tale progetto, naturalmente, può essere finalizzato a decisioni pensate esclusivamente per proteggere e/o rafforzare culture locali, senza per questo di necessità includere intenti di reddito; ma è inevitabile che economia e cultura siano destinate a incontrarsi in un qualche punto. L'esito non è dilazionabile troppo a lungo (in specie in presenza di progetti o programmi di sviluppo), perché anche le culture sono vive e si trasformano.

Abbiamo accennato al fatto che la collaborazione e la "cultura" sono ineliminabili elementi della sostenibilità; va perciò subito precisato che bisogna tener conto che anche la nozione di "cultura" (nonché le sue istituzioni) vanno concepite nel loro storico dispiegarsi.

L'idea di natura e di ambiente naturale sono costrutti culturali e umani, compreso quello di "turismo sostenibile". Il turismo permette l'importazione e l'esportazione di differenti costrutti culturali (in specie nella globalizzazione e nel cosiddetto turismo "indiretto"). L'espansione del turismo (e della sua ideologia) è accompagnata da un insieme di idee che ridefiniscono il rapporto fra natura/ambiente e cultura, secondo la sequenza di tre tappe (la premoderna, la moderna, la postmoderna).

Il modernismo, e in maniera più estesa la cultura dell'età moderna, hanno storicamente posto fine alla continuità tradizionale fra forme naturali e forme culturali, fra rurale ed urbano, e così via; oggi, invece, il turismo (assieme a molte delle maggiori componenti dell'età attuale) spinge per una nuova narrativa sull'ambiente.

Qui risiede uno dei motivi cruciali della

ricerca di nuovi sguardi sull'Alterità, e delle correnti turistico-alternative attuali, di cui l'ecoturismo e l'etnoturismo sono due principali vettori. La nuova coniugazione fra natura e cultura, non v'è dubbio, non è indolore, giacché la dimensione primitiva di tale nesso è andata persa con la rivoluzione seicentesca e, ad ancora maggior ragione, il nuovo sguardo sulla natura si reitera spesso e in particolare modo secondo una angolatura schiettamente estetica.

Nasce ed è nata, indubbiamente, una nuova sensibilità generale per i mondi di vita dell'Altrove, ma è anche da sottolineare che all'immagine che il Noi costruisce dell'Altro corrisponde sempre e comunque a una storica presenza (e distanza) di gruppi sociali, popolazioni, indigeni che costituiscono la "cultura viva", sia nello sguardo etnologico, sia nello sguardo esotico.

Ora, mentre i temi della pianificazione e dell'ambiente sono stati a lungo al centro della discussione pubblica e specialistica, meno spazio ha avuto la discussione sul rapporto fra storicità della cultura e storicità delle politiche. Ciò discende da varie ragioni. Non ultima è l'ambiguità di fondo con cui l'industria turistica tenta di comprendere le culture. Nell'immaginario che essa produce e in quello da cui attinge, risiedono due stereotipi diversi ma compresenti circa il significato di "cultura":

- essa è un particolare *background* preesistente che caratterizza la vita di un popolo o di un gruppo sociale;

- essa è quella particolare quantità di merce/prodotto che può essere impacchettato per il turista.

Nella prima accezione la "cultura" è considerata alla stregua di un codice fisso, in dotazione a un determinato popolo; nella seconda, diviene sinonimo di "offerta" o "servizio culturale" a pagamento, risorsa utile per una comunità o un gruppo sociale, come appunto nel caso del turismo.

Nel primo caso, il rischio è di cadere in una concezione reificata e statica di "tradizione", mentre di fatto le culture sono sempre organismi viventi e quindi in continuo movimento e trasformazione. Nel secondo, il rischio è di ridurre un organismo vivente a mezzo di scambio, aprendo un varco a una cattiva opposizione fra "cultura autentica" e "cultura non autentica".

Non possiamo soffermarci sulla accezione mutativa e non meccanicamente conservatrice delle culture, basti qui solo l'accenno e l'indicazione della sua improponibilità. La convinzione, invece, che le culture siano una sorta di serbatoio di "servizi" richiede qualche replica più specifica.

Indubbiamente l'idea contiene qualche germe di verità, ad esempio, nel considerare che i fatti culturali sono costruiti entro un campo storico di negoziazione fra attori sociali, economici e politici. La cultura appare, insomma, quale parte di un tutto, sfera particolare collegata alle altre sfere sociali, non separata, né appartata.

Fin qui vige largo consenso: oltre, inizia il contenzioso.

Sebbene, infatti, cultura ed economia risultino sempre interrelate, come del resto lo sono tutti gli aspetti dell'umano vivere, non è auspicabile trattare la cultura in termini economici convenzionali. Sussistono vistosi limiti teorici a ricondurre la cultura a oggetto privilegiato di schemi neoclassici o di teoria del marketing. Due sono in particolare i nodi cruciali: la modalità del riconoscimento d'essa e la sua quantificabilità.

Sul primo versante, una mera lettura economica rischia di essere una scelta alquanto riduttiva, giacché uniformerebbe il nostro modo di intendere le relazioni culturali, portandoci a sovrapporre una particolare mentalità (quantitativa e di calcolo) sulle relazioni vitali di una connessione culturale. La conseguenza comporterebbe una secca perdita di capacità di riconoscere altri modi di vedere il mondo, l'ambiente, risorse, spazi e tempi.

Sul secondo versante, la *quaestio* si collega alla trasformazione del "patrimonio" culturale in informazione, e, a ruota, alla trasformazione dell'informazione in quantità di valore socialmente utile. La determinazione calcolistica dà vita a diversi interrogativi, del tipo: possiamo quantificare/misurare la dimensione culturale? E: possiamo coniugare la cultura in termini politici?

La risposta affermativa alle due domande (si può rispondere in maniera differenziata, ma ciò ha relativa importanza) implica la convinzione della riduzione/riducibilità della cultura a prodotto, merce o servizio, quale momento di una

rete di processi decisionali economici o politici, riproponendo così il tema – già toccato – delle cosiddette “esternalità”.

Il quesito se si possano calcolare “beni intangibili” (“non oggettuali”) quali la relazione di appartenenza, il legame con un dato territorio, il valore delle tradizioni locali e così via corrisponde al problema di fondo del “luogo” e della destinazione del “significato”. L’oggetto del contendere presenta due aspetti: la connessione di “senso” che la cultura possiede e la possibilità di accedervi, da un lato; dall’altro, la sua “reintegrabilità”, a ragione dell’inevitabile consumo che la cultura-merce è destinata a subire, alla stessa stregua di ogni altro bene. Senza il primo, però, il secondo rischia di assumere una impropria e dubbia autonomia.

Il turismo sostenibile fallisce (e in parte ha fallito) se non rende esplicita proprio la componente socioculturale. Le politiche disattente ai valori di comunità e al rapporto delicato fra sistemi di valore e tradizioni sviluppate per secoli, mostrano di possedere uno sguardo miope su una serie di dimensioni centrali dell’oggi, quali l’identità locale, la democrazia culturale, i diritti umani entro e attraverso le culture.

E’ imperativo etico quello che ci spinge a pensare e agire in modo da sostenere le culture “vulnerabili”, se non vogliamo che il turismo sostenibile si riduca a estensione dell’attuale modello economico di produzione e consumo. Analogo imperativo etico è quello che ci suggerisce di riconoscere l’Alterità senza cadere in trappole illusionistiche, quali l’elitismo romantico del salvataggio dell’ultima isola incontaminata, oppure l’ideale di una vita da condurre senza i guai della “modernità”<sup>16</sup>.

Lo sviluppo sostenibile stringe sull’ambiente fisico e sul benessere economico, utilizzando l’idea che si possano internalizzare le esternalità, ossia che i costi economici debbano prevedere anche il reintegro delle prelieve condizioni ambientali, secondo una interazione virtuosa ove l’influenza dell’economia sull’ambiente è pari alla reciproca. La “natura”, però, continua a costituire l’oggetto del discutere e dell’agire umano, più che soggetto autonomo. E ciò coincide con la questione, oggi centrale, nelle agende politiche e sociali, della corretta definizione dei “diritti

dell’ambiente” e di chi sia in grado di rappresentarlo<sup>17</sup>.

### **Comunità sostenibile e diritti culturali.**

Attorno a questi temi si svolge il rapporto fra ambiente, sussistenza delle culture storiche e nuove prospettive di lettura. Sul riconoscimento dell’autonomo mondo dell’Altro si sono espresse ripetutamente negli ultimi decenni le maggiori organizzazioni internazionali legate all’idea dello sviluppo sostenibile; ma la relazione fra uomo, cultura e ambiente presenta aspetti che vanno specificati.

Afferma la già citata *Commissione Brundtland*:

“il riconoscimento dei diritti fondamentali deve andare di pari passo con le misure finalizzate a proteggere e rafforzare il ruolo delle istituzioni locali nell’uso responsabile delle risorse... Riconoscere ciò significa anche che si debba dare voce alle comunità locali per decidere sull’uso delle risorse locali.”

E il *Principio 22* della *Dichiarazione di Rio* suona:

“i popoli indigeni, le loro comunità e le altre comunità locali svolgono un ruolo vitale nella gestione e nello sviluppo dell’ambiente, a ragione delle loro conoscenze e delle loro pratiche tradizionali. Gli Stati dovrebbero riconoscere e sostenere con forza le proprie identità culturali, la propria cultura e i propri interessi, e rendere così possibile una partecipazione efficace al raggiungimento di uno sviluppo sostenibile.”

Entrambe le dichiarazioni sottolineano l’importanza centrale del ruolo della cultura e di chi ne è portatore vivente; e ciò va a merito di una concezione universalistica dei diritti umani. Va però anche riconosciuto che una accezione irriflessa di sviluppo sostenibile rischia di approdare a esiti antropocentrici, in specie qualora si teorizzi che il rafforzamento dell’ecosistema porti con sé, quasi per automatismo, il miglioramento della qualità della vita umana. Il rischio è, in altre parole, che la conservazione della biodiversità abbia quale unico fine precipuo favorire il benessere umano e permettere solo lo sviluppo della specie umana.

La dinamica fra diritti umani e diritti dell'ambiente è una forbice che abbisogna di una mediazione, e il suo *frame* adeguato è quello delle "comunità storiche".

Il richiamo alla componente socioculturale si collega infatti al tema centrale, già individuato, della collaborazione. Questa ultima è un insieme di strategie di *co-management* vitali per evitare una lettura economicistica del turismo sostenibile, in quanto il processo consultivo è esso stesso un possibile risultato atteso, quale evento indipendente del processo, oltre che specifica modalità etica specifica di decidere.

In realtà, a ben vedere, la direzione verso cui tendere non è tanto il raggiungimento di un turismo sostenibile, quanto la ricerca di un modello di "comunità sostenibile". Ed esso è un modello complesso, sofisticato e di grande rilevanza etico/politica. E' un modello che addita al superamento, a livello di partecipazione e di decisione, delle forme di relazione fra gruppi dominanti e gruppi dominati, fra gruppi forti e gruppi deboli. E' un modello che offre le procedure per evitare le disuguaglianze fra gruppi di interesse. E' un modello per garantire ai gruppi un accesso riconosciuto alle risorse e al potere politico, al di là di tutte le opposizioni culturali e di tutti gli antagonismi sociali esistenti (sviluppo/sottosviluppo, urbano/rurale, indigeno/non indigeno, abbienti/non abbienti, nord/sud).

Il punto è che tutte queste relazioni, rigorosamente asimmetriche, possono essere accentuate da uno sviluppo turistico incontrollato, rendendo ancora più acute le asimmetrie fra *stakeholders* interni ed esterni, nonché fra paradigmi culturali diversi.

E' eticamente corretto accettare l'idea che la diversità dei paradigmi culturali entro cui i soggetti sono collocati e agiscono richieda intenti di riconoscimento reciproco, e non di incommensurabilità. Quello che, però, qui importa sottolineare è che lo sviluppo del turismo nelle società indigene ci obbliga a concettualizzare la differenza fra le nostre e le loro condizioni di ambiente. Di più, assistiamo ad una sorta di dipendenza inversa: le società sviluppate (e qui evidentemente non ci si riferisce a soggetti ed azioni che abbiano unici fini di lucro) guardano con occhio attento alla sos-

tenibilità delle comunità indigene, perché si va sempre più consolidando la convinzione che per la sostenibilità del pianeta le chiavi sono costituite dalla biodiversità e dalla preservazione delle conoscenze "tradizionali". E la massima biodiversità, nonché la più variegata presenza delle conoscenze tradizionali è propria delle nazioni del sud o in via di sviluppo. Non è quindi un caso che le sorti delle metropoli e delle periferie si saldino, ad alto livello, con la ricerca di misure di equità intra/generazionale fra gli attori sociali.

Nel caso delle comunità in sviluppo vediamo che i residenti spesso intraprendono un processo che li vede passare dal ruolo di fornitori di esperienze turistiche a un ruolo autonomo. Tale processo coincide con il passaggio della dimensione dei diritti naturali (umani) a quella dei "diritti culturali".

Fa parte della idea più generale di "diritti culturali" l'attenzione verso i legami di appartenenza al territorio, la salvaguardia delle competenze storiche native, la tutela delle modalità altre di percepire/agire sul territorio.

Da questo punto di vista, possiamo dire che anche lo stesso concetto di "sviluppo" va riformulato in termini diversi rispetto all'idea di *take-off* cui siamo senz'altro, in maniera occidentale, abituati a pensare. E il diritto allo sviluppo dei popoli indigeni include due grandi ambiti:

- il diritto di accesso alle risorse sui propri territori
- il diritto di cercare un autonomo sviluppo<sup>18</sup>.

L'allocazione dei diritti culturali, quale estensione dei diritti umani, garantisce la protezione dei diritti primari e supporta lo stesso sviluppo sostenibile. E ciò include: terra, risorse, diritti di proprietà intellettuale, diritti di proprietà sugli oggetti turistici, sistemi propri legali e morali, tra cui il diritto a determinarsi nel passato/presente/futuro, la volontà di trasferire questa proprietà ad altri, grazie al consenso, l'autodeterminazione, e l'autosufficienza.

In questa direzione uno sviluppo autonomo locale<sup>19</sup> implica una diversa immagine dell'ambiente, una scala di produzione basata più sulla piccola scala o sullo scopo, un diverso bilanciamento fra



autorità centrali e periferiche, la centralità di diritti non solo materiali, l'importanza accordata ai diritti delle nuove generazioni (il "principio responsabilità"), il potere alle comunità locali.

Anche dal punto di vista della pianificazione e dei processi decisionali, abbiamo scelte differenti. Di contro all'assunto che la capacità di carico di un sistema di utilizzo di risorse finanziarie sia costituito dal livello di attività d'uso che persegua al meglio i dati scopi del sistema, si preferisce il punto di vista dei gruppi interessati (*group-based interest*). E anche qui, come già nel partenariato, l'approccio sistemico dei pianificatori retrocede rispetto quello dei gruppi interessati<sup>20</sup>.

Alcuni critici sostengono che lo sviluppo sostenibile è una nozione di compromesso ideologico, costruito a metà fra sensi di colpa occidentali e ricerca di qualità della vita. L'implicazione più forte, latente o manifesta, che starebbe alla base di tale convinzione è la credenza di un soggetto pre-umano cui rispondere (sia esso la Natura, Gaia od altro).

La discussione sul *deep environmentalism* non può essere affrontata. Qui vale solo sottolineare che la dinamica fra uomo associato e ambiente presenta senz'altro tratti di grande difficoltà ma più che un dato va considerata quale prodotto di più forze e condizioni di specifiche proprietà che differenziano un contesto da un altro. Rimane però fermo che la "naturalizzazione" dell'uomo e la sua riconduzione biologica a specie fra le specie è pur sempre una ideologia e un'operazione intellettuale, storica; e che non possiamo rescindere *in toto* il ramo (occidentale) dell'albero su cui siamo seduti<sup>21</sup>.

### L'insularità.

L'insularità è tendenzialmente una condizione etnologica, se solo si riflette sul fatto che le isole, e qui si fa particolare riferimento alle "isole piccole", sono spesso nella condizione di "colonie interne" dentro gli stati metropolitani, le società sviluppate, oppure entro ecosistemi assai particolari<sup>22</sup>.

Dal punto di vista culturale, ogni isola tende a essere ricca di tradizioni proprie e assumere spesso tratti assai originali che,

pur non impedendo transiti e movimenti, producono una sorta di sospensione storica nell'immaginario dei residenti e dei visitatori, come dimostrano le ricche mitologie locali e i rispettivi miti di fondazione. La storia della letteratura popolare e delle tradizioni popolari conosce un ricchissimo materiale delle "insularità demologiche". Altrettanto ricca è la tradizione degli studi di antropologia culturale e sociale, di socioantropologia e, di recente, di etnologia europea. Tale eredità va, oggi, piuttosto coniugata con l'altro aspetto dell'insularità, cioè la sua costitutiva fragilità<sup>23</sup>.

Le caratteristiche isolane si determinano per due aspetti importanti ma non sempre adeguatamente correlati: da un lato una cultura "separata", dall'altra un ambiente spesso fragile.

Le isole sono infatti vulnerabili, basti pensare ai molteplici interventi/progetti CEE sulle isole, quali particolari ambiti della più generale categoria delle "zone fragili"<sup>24</sup>. L'attenzione per la condizione insulare, poi, è divenuta piuttosto intensa, in specie a livello di attenzione per le questioni relative allo sviluppo sostenibile e all'impatto ambientale del turismo o di altri fattori della modernità<sup>25</sup>. Non esiste ancora una sistematica ricognizione di questi studi, eppure importanti perché rappresentano la documentazione principale per qualsiasi studio comparativo; se ne possono indicare qui di seguito alcuni, della più recente letteratura, in specie anglosassone.

Del Mediterraneo le più studiate, fermandoci alle indicazioni più recenti, sono: Malta<sup>26</sup>, Cipro<sup>27</sup>, Baleari<sup>28</sup>. Sterminata la letteratura critica sulle isole del Mar dei Carabi, di cui valgono solo alcune indicazioni essenziali<sup>29</sup>. Nel Mar della Sonda, assoluta preminenza va a Bali<sup>30</sup>, mentre dell'Oceano Indiano citiamo le Seychelles<sup>31</sup> e Mauritius<sup>32</sup>, oltre a Boracay (Filippine)<sup>33</sup>. Sul versante del Pacifico citiamo le isole Cook<sup>34</sup>, le isole Fiji<sup>35</sup>, nonché Maui (Hawaii)<sup>36</sup>. Sul Nord Atlantico, citiamo le isole Normanne<sup>37</sup>, le isole Frisone<sup>38</sup> e le isole Shetland<sup>39</sup>. Sul Pacifico del sud citiamo le Falkland<sup>40</sup>, e infine, con una impressionante crescita di studi per la sua estrema fragilità, l'Antartico<sup>41</sup>.

Le principali questioni riguardano lo sviluppo delle isole, su cui di recente si sta

in misura maggiore concentrando l'attenzione degli analisti (oltre che dei programmatori). Un non lontano studio comparativo sulle isole caraibiche e del Pacifico, ad esempio, ha prodotto una tassonomia di sviluppo insulare basato su due noti indici, l'indice di densità (turisti/kmq) e di volume (numero e media visitatori annuali)<sup>42</sup>. Ne è derivato il seguente raggruppamento:

*isole mature*, che si caratterizzano per alta densità, hotel di massa e turismo di crociera (esempi dai Caraibi: Bermuda, Saint Maarten, Aruba, Vergini britanniche, Vergini USA, Barbados, Bahamas; con un *maximum* per le Bermuda con una media giornaliera di 142 turisti/kmq e un totale annuo di 546 unità, e un *minimum* per le Bahamas con una media giornaliera di 18 turisti/kmq e un totale annuale di 3415 unità);

*isole in fase intermedia*, che si caratterizzano per una crescita varia ma minore (esempi: Cayman, Guam, Anguilla, Marianne, Antigua, Curacao, Saint Christofor, Saint Lucia, Grenada, Martinica, Cook, Montserrat, Samoa Orientali, Saint Vincent, Bonarie, Guadalupe, Turks/Caicos, Palau, Dominica, Polinesia francese; con un *maximum* per le Cayman con una media giornaliera di 17 turisti/kmq e un totale annuo di 615 unità, e un *minimum* per la Polinesia francese con una media giornaliera di 6 turisti/kmq e un totale annuo di 248 unità);

*isole emergenti*, che si caratterizzano per bassa densità e volume di flusso turistico (esempi: Tonga, Fiji, Samoa Occidentali, Nuova Caledonia, Vanuatu, Solomone; con un *maximum* per Tonga con una media annuale di 0.8 turisti/kmq e un totale annuo di 21 unità, e un *minimum* per le Salomone con una media giornaliera di 0.3 turisti/kmq e un totale annuo di 80 unità).

Gli indici e la cadenza riportano al modello butleriano del "ciclo di vita" di un sito, applicato questa volta allo specifico insulare, e indicano la sussistenza di una forbice progressiva fra crescita economica e uso delle risorse isolate in termini di "sostenibilità" (alias, di "carico turistico"). A questo registro vanno aggiunti altri criteri di analisi, quali l'indice del disagio esistenziale o di sofferenza degli isolani (presenza o meno di relativa deprivazione o di risentimento, o

indice di Doxey), il *demonstration effect* (il grado di assimilazione, da parte dei locali, della mentalità e del comportamento turistico, con conseguenti situazioni di dissonanza interna), l'indice di ricaduta occupazionale sull'isola, l'indice di controllo delle autorità locali sulla redistribuzione della ricchezza, l'indice di consumo delle risorse culturali.

In particolare nello sviluppo isolano v'è la scommessa, già tipica negli anni Sessanta circa lo sviluppo delle nazioni del Terzo Mondo, sulla funzione di "volano" eventualmente rappresentato dal turismo, e sulla conseguente soluzione dello storico problema della stasi insulare<sup>43</sup>.

Sono molte infatti le isole che alla fase iniziale della "scoperta turistica" si trovano nella situazione "MIRAB", ossia di società caratterizzate da processi di migrazione interna prima ed esterna dopo, reddito da rimesse in denaro, aiuti economici e occupazione quasi esclusivamente nel pubblico impiego. V'è poi il passaggio alla situazione "MURAB", ossia di società che si basano sempre su migrazione, aiuti economici e pubblico impiego ma che immobilizzano le risorse provenienti dal primo turismo in speculazioni edilizie. Il punto finale è la situazione "TouRAB", ossia di società basate su aiuti economici e pubblico impiego, ma ruotanti fondamentalmente attorno al turismo.

La scommessa sul turismo quale risorsa unica su cui una località intende puntare spesso conduce, quindi, al passaggio da società basate sulla migrazione a società basate sui servizi di ospitalità, risolvendo forse il problema della migrazione, ma non la dipendenza di un'isola dall'esterno o l'obliterazione della sua genesi e della sua identità storico-culturale.

La sostenibilità ambientale, anche in questo caso, permane l'ineliminabile anello mediano fra cultura della comunità locale da un lato e risorse dall'altro. La coniugazione di tali diversi aspetti a sua volta acquista il suo significato più ampio se l'intero processo ha come effetto il superamento dell' *effetto Lilliput* di cui ogni isola in qualche maniera soffre, e, a catena, il recupero di un livello di identità specifica<sup>44</sup>. Ed è questa la dimensione più generale in cui si giocano quei destini con cui ogni isola, seppur esempio singolo della più genera-

le insularità, in qualche maniera è chiamata a confrontarsi.

In realtà esistono due tipologie di “insularità”: l’insularità storica e l’insularità esistenziale.

Dice suggestivamente (pensando a questa ultima) Predrag Matvejevic che la nozione di “isola” varia da un caso all’altro: “E’, da un lato, luogo di pace e di raccoglimento, d’amore di felicità e di beatitudine; dall’altro, è invece un luogo di esilio o di reclusione, di castigo, di espiatione e perfino di penitenza”<sup>45</sup>.

Già definire un’isola non è quindi affatto facile. I criteri di status, geografia, densità, e piccolezza indicano caratteristiche generali quali il grado di isolamento, di perifericità, di vulnerabilità dell’ambiente fisico, di peculiarità culturale, e di prevalenti pressioni al cambiamento. Le notazioni sono piuttosto generiche, e, in specie nei rispetti delle isole non politicamente autonome, rimandano a una esigua serie di caratteristiche quali una *scala ridotta*, una condizione di *isolamento*, una *economia debole*.

Per lo più, a connotarle, è il carattere di *separatezza* e di *differenza*, a ragione dell’essere esse stesse *fisicamente separate* e perciò differenti dalla terra ferma o dalla madrepatria. Non raramente si associa loro l’idea di una *separatezza politica*, che fa nascere aspettative di *leisure*, clima differente, ambiente fisico e cultura, così che l’impatto dell’Altro in un’isola è più forte che altrove, più sentito il *rapporto contrastivo isolano/forestiero*.

La maggior parte delle isole, grandi o piccole, vivono nell’attesa di un evento, quello del “ricongiungimento” con la terraferma, ma, quel che è più importante, ogni isola rischia di perdere la propria identità, a meno che non raggiunga una sua “universalità”. L’Arcipelago può aiutarle a raggiungerla.

L’identità di un arcipelago nasce dalla relazione reciproca tra le parti, nel cui gioco comprendere meglio ciò che divide e ciò che unifica, abbandonando l’idea di assimilare *tout court* gli arcipelaghi alle isole che ne fanno parte, per non perdere di vista le loro molte caratteristiche peculiari.

Certo anche per l’*arcipelago* sussistono i problemi definatori, se non altro per la complicazione dei rapporti fra le varie isole

e per la storia e l’umanità diversa che sovente è trascorsa o le ha attraversate; senza dimenticare che, in ogni caso, non basta una moltitudine di isole, anche se ravvicinate, a formare un arcipelago. E infatti gli arcipelaghi vengono classificati a seconda della somiglianza, ma spesso e di più anche per le relazioni reciproche, come è avvenuto anticamente per i due modelli delle Sporadi e delle Cicladi: insieme coerente o insieme disperso di unità.

Universalità vuol dire dunque possibilità di essere identificati e classificati.

Cosa rende classificabile una isola? E’ la sua inclusione in un mito e tale mito è spesso un mito di fondazione.

Rammentiamo l’esempio della *Venere tirrenica* da cui trae origine la dicibilità stessa delle isole dell’Arcipelago Toscano: narra un’antica affabulazione che quando la Vergine tirrenica, consanguinea all’ellenica Afrodite, emerse dal grembo profondo delle acque spumose, dal suo collo si staccò uno splendido monile le cui gemme, precipitando in mare, si trasformarono in altrettante isole dell’Alto Tirreno.

Il mito ci aiuta a comprendere l’identità di un gruppo di isole all’interno di un arcipelago, quale insieme compatto, di straordinaria bellezza, allo stesso tempo unite e divise dal mare, in una narrazione che unifica uomo, storia e natura.

L’antichità ha legato le parti e le isole con il mito di una loro fondazione e di un loro mutuo congruire, ma tale unificazione non ha retto al tempo e alla storia. La modernità le ha separate, scisse dal continente e private di propri centri politici, rendendole quei lacerti di insularità che Matvejevic evoca. Un turismo sostenibile di larga lungimiranza le può di nuovo rendere uniche e unite, identificandole con un nuovo mito, quello dell’ambiente. E questa volta il passaggio è dalla insularità esistenziale all’insularità storica.

### Riferimenti bibliografici

- Abram S., Waldren J., eds.  
1998 *Anthropological perspectives on local development*, London, Routledge.
- Abram S., Waldren J., MacLeod D.V.L., eds.  
1997 *Tourists and tourism. Identifying with people and places*, Oxford, Berg.
- Andronicou, A.  
1979 "Tourism in Cyprus", in De Kadt, E., *Passport to development?*, Oxford, Oxford University Press, 1979: 237-264.
- 1987 *Development of tourism in Cyprus: harmonisation of tourism with the environment*, Nicisia, Cosmos.
- Batisse M., Grenon M., eds.  
1989 *Futures for the Mediterranean basin: the blue plan*, Oxford, Oxford U.P.
- Baum, T.  
1993a "Island tourism human resources: the unsung price-value issue", in Richtie-Hawkins-Go-Frectling eds. 1993  
1993b "The Falkland Islands", *Proceedings of the Second Island Tourism International Forum*, Bermuda College, Bermuda.
- 1996 "The fascination of islands: a tourist perspective, in Lockhart-Drakakis-Smith eds. 1996.
- Baum T., Mudambi R.  
1995 "Managing demand fluctuations in the context of island tourism", in Conlin-Baum eds. 1995: 115-120.
- Beck, P. J.  
1990 "Regulating one of the last tourism frontiers: Antarctica", *Applied Geography* 10: 343-356.
- Beller W., d'Ayala P., Hein P., eds.  
1990 *Sustainable development and environmental management of small islands*, Paris, Unesco and Parthenon Publishing Group.
- Black, A.  
1996 "Negotiating the tourist gaze: the example of Malta", in Boissevain ed. 1996: 112-142.
- Boissevain, J.  
1992 "Play and identity: ritual change in a Maltese village", in Boissevain ed. 1992: 137-154.  
1996 "Ritual, tourism and cultural commoditization in Malta: culture by the pound?", in Selwin ed. 1996: 105-120.
- Boissevain J., ed.  
1992 *Revitalizing European rituals*, London, Routledge.  
1996 *Coping with tourists: European reactions to mass tourism*, Providence-Oxford, Berghan Books.
- Bramwell B., Lane B., eds.  
1994 "Rural tourism and sustainable rural development", *Journal of Sustainable Tourism* 2,1 & 2, Special issue.  
2000 *Tourism collaboration and partnerships. Politics, practice and sustainability*, Clevedon, Channel View Publications.
- Bramwell B., Sharman A.  
1999 "Collaboration in local tourism policy-making", *Annals of Tourism Research* 26(2): 392-415.
- Briguglio, L.  
1992 "Tourism multipliers in the Maltese economy", in Johnson P., Thomas B., eds., *Perspectives on tourism policy*, London, Mansell.
- Briguglio L., Archer B., Jafari J., Wall G., eds.  
1996 *Sustainable tourism in islands and small states issues and policies*, London, Pinter.
- Briguglio L., Butler R., Harrison D., Filho W.L., eds.  
1996a *Sustainable tourism in islands and small states. Case studies*, London, Pinter.
- Briguglio L., Vella L.  
1995 "The competitiveness of the Maltese Islands in Mediterranean international tourism", in Conlin-Baum eds. 1995:133-

- 148.
- Britton, S.  
1983 *Tourism and underdevelopment in Fiji*, Canberra, Australian National University.
- Brown, G.  
1995 "Tourism in the Indian Ocean. A case of study of Mauritius", in Lockhart-Drakakis-Smith eds. 1995.
- Bull, P.  
1995 "Mass tourism in the Balearic islands. An example of concentrated dependence", in Lockhart-Drakakis-Smith eds. 1995.
- Burkart, A.J.  
1985 "Small islands phenomena", *Tourism Management* 6(1): 2-3.
- Burns, P.  
1995 "Sustaining tourism under political adversity. The Case of Fiji", in Colin-Baum eds. 1995: 259-272.
- Burns P., Cleverdon R.  
1995 "Destination on the edge? The case of the Cook islands", in Conlin-Baum eds. 1995: 217-228.
- Butler, R.  
1980 "The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources", *The Canadian Geographer* 24, 1: 5-12.  
1993 "Tourism development in small islands", in Lockhart-Drakakis-Smith-Schembri J. eds. 1993  
1996a "Transport innovation and small islands", in Lockhart-Drakakis-Smith eds. 1996.  
1996b "Tourism in the Northern isles: Orkney and Shetland", in Lockhart-Drakakis-Smith eds. 1996.
- Butler R., Fennell D.A.  
1994 "The effects of North Sea oil development on the development of tourism. The case of the Shetland isles", *Tourism Management* 15(5): 347-357.
- Butler R., Hinch S., eds.  
1996 *Tourism and indigenous peoples*, Routledge, London.
- Caffyn, A.  
2000 "Is there a tourism partnership life cycle?", in Bramwell-Lane 2000: 200-229.
- Carsprecken P.  
1996 *Critical ethnography in educational research: a theoretical and practical guide*, London, Routledge.
- CEE (Commission of the European Communities),  
1995 *Tourism: green paper on the role of the Union in the field of tourism*, COM (95)97, CEC, Bruxelles
- CEE (Commission of the European Communities),  
1997 *Fifth programme on the environment. 1994-97: towards sustainability*, DG XI, CEC, Bruxelles
- Chambers E., ed.  
1997 *Tourism and culture. An applied perspective*, Albany, State University of New York Press.
- Choy, D.  
1992 "Life cycle models for Pacific island destinations", *Journal of Travel Research* 30(39): 26-31.
- Coccosis H., Nijkamp P., eds.  
1995 *Sustainable tourism development*, Brookfield, U.S.A., Avebury.
- Conlin, M.  
1993 "Human resource development in Caribbean tourism", in Baum ed., *Human resource issues in international tourism*, Oxford, Butterworth-Heinemann, pp. 145-160.  
1993a "Bermuda tourism. A case study in single segmentation", *Journal of Travel and Tourism Marketing* 1(4): 99-112.  
1995 "Rejuvenation planning for island tourism. The Bermuda example", in Conlin-Baum eds. 1995: 181-202.  
1996 "Revitalizing Bermuda: Tourism policy planning in a mature island destination", in Harrison-Husband 1996: 80-102.
- Colin M., Baum T.  
1995 "Island tourism. An introduction", in Colin-Baum eds. 1995: 3-14.
- Colin M., Baum T., eds.  
1995 *Island tourism. Management principles and practice*, Chichester, Wiley and Sons.
- Colin M., Titcomb J.A.  
1995 "Human resources. A strategic imperative for Caribbean tourism", in Colin-Baum eds. 1995: 65-78.
- Cooper, C.  
1996 "The Channel islands", in Lockhart-Drakakis-Smith eds. 1996.
- Croll E., Parkin D., eds.  
1992 *Bush Base. Forest farm: culture, envi-*

- ronment and development*, London, Routledge.
- Cukeir-Snow J., Wall G.  
1993 "Tourism employment. Perspectives from Bali", *Tourism Management* 14: 189-228.
- D'Amore, L. J.  
1993 "A code of ethics and guidelines for socially and environmentally responsible tourism", *Journal of Travel Research* 31: 64-66.
- Dann G., Potter R.  
1996 "Tourism in Barbados. Rejuvenation or decline?", in Lockhart-Drakakiki-Smith eds. 1996.
- Davis, P.B.  
1994 «Antarctic visitor behaviour: are guidelines enough?», *Polar Record* 31(178): 327-334.
- De Albuquerque K., McElroy J.  
1992 "Caribbean small-island tourism styles and sustainable strategies", *Environmental Management* 16(5): 619-632.  
1995 "Alternative tourism and sustainability", in Conlin-Baums eds. 1995: 23-32.
- De Kadt E., ed.  
1979 *Tourism: passport to development?*, Oxford, Oxford University Press.
- Descola P., Palsson G., eds.  
1996 *Nature and society: anthropological perspectives*, London, Routledge.
- Edwards F., ed.  
1988 *Environmentally sound tourism development in the Caribbean*, Calgary, University of Calgary Press.
- Edwards F., ed.  
1988 "Environmentally Sound Tourism in the Caribbean", *Proceedings of the Workshop on Environmentally Sound Tourism Development*, April 1987, Barbados. Calgary, Alberta, The University of Calgary Press.
- Edwards, J.  
1996 "Visitor management and the sustainable tourism agenda", in Briguglio *et alii* 1996: 137-147.
- Ellen R.F., Fukui K., eds.  
1996 *Redefining nature. Ecology, culture, domestication*, London, Berg.
- Elliot L., Ryan C.  
1993 "The impact of crime on Corsican tourism. A descriptive assessment", in Richtie-Hawkins-Go-Frank-Frechthling eds. 1993.  
1995 "Tourism as an element in sustainable development: Hana, Maui", in Smith-Eadington eds. 1995: 115-134.
- Farrell, T.  
1995 "Tourism as an element in sustainable development: Hana, Maui", in Smith-Eadington 1995: 115-134.
- Francillon, G.  
1990 "The dilemma of tourism in Bali", in Beller-d'Ayala-Hein eds. 1990.
- Gayle D.J., Gandrich T.N.  
1993 *Tourism marketing and management in the Caribbean*, London, Routledge.
- Gee C., Patoskie J.  
1993 "Maui and Lanai. A study of luxury resort development", in Richtie-Brent-Hawkins-Go-Frechthling eds. 1993.
- Getz D., Jamal J.  
1994 "The environmental-community symbiosis: a case for collaborative tourism planning", *Journal of Sustainable Tourism* 2(3): 152-173.
- Gilmor, D.A.  
1993 "Recent tourism development in Cyprus", *Geography* 74(3): 262-265.
- Gray, B.  
1989 *Collaborating: finding common ground for multi-party problems*, San Francisco, Josey-Bass.
- Grillo R.D., Stirrat R.L., eds.  
1997 *Discourses of development: anthropological perspectives*, London, Berg.
- Guthunz U., Krosigk von F.  
1996 "Tourism development in small island states: from MIRAB to TouRAB?", in Briguglio *et alii* 1996: 18-35.
- Harrigan, N.  
1974 "The legacy of Caribbean history and tourism", *Annals of Tourism Research* 2(1): 13-25.
- Harris R., Leiper N.  
1995 *Sustainable tourism: an Australian perspective*, Newton, U.S.A., Butterworth-Heinemann.
- Harrison D.  
1996 "Sustainability and tourism: reflections from a muddy pool", in Briguglio *et alii* 1996: 69-89.
- Harrison L.C., W. Husbands W., eds.  
1996 *Practicing responsible tourism: international case studies in tourism planning, policy and development*, Toronto, Canada, John Wiley & Sons, Inc.
- Hirsch E., O' Hanlon M., eds.  
1995 *The anthropology of landscape. Perspectives on place and space*, Oxford,



- Clarendon Press.  
Hobart M., ed.  
1993 *An anthropological critique of development*, London, Routledge.
- Holder, J.  
1993 "Island tourism and the price-value relationship: a global perspective", in Richtie-Brent-Hawkins-Go-Frechtling eds. 1993.  
1996 "Maintaining competitiveness in a new world order: Regional solutions to Caribbean tourism sustainability problems", in Harrison-Husbands 1996: 145-173.
- Hunter, C.  
1997 "Sustainable tourism as an adaptive paradigm", *Annals of Tourism Research* 24(4): 850-867.
- Hunter C., Green H.  
1995 *Tourism and the environment*, New York, NY, Routledge.
- Ingold, T.  
2000 *Ecologia della cultura*, Roma, Meltemi.
- Inskeep, E.  
1991 *Tourism planning*, New York, Van Nostrand.
- Jamal T.B., Getz, D.  
1994 "Collaboration theory and community tourism planning", *Annals of Tourism Research* 21(3): 186-204.  
2000 "Community roundtables for tourism-related conflicts: the dialectics of consensus and process structures", in Bramwell-Lane 2000: 159-182.
- Johnston, M. E.  
1997 "Polar tourism regulation strategies: controlling visitors through codes of conduct and legislation", *Polar Record* 33(184): 13-20.
- Keane M.J., Brophy P., Cuddy M.P.  
1992 "Strategic management of island tourism – The Aran islands", *Tourism Management* 13: 406-414.
- Kohn, T.  
1997 "Island involvement and the evolving tourist", in Abram, Waldren, MacLeod 1997: 13-28.
- Lanfant M.F., Allcock J.B., Bruenr E.M., eds.  
1995 *International tourism. Identity and change*, London, Sage.
- Latimer, H.  
1985 "Small island tourism: developing island economies – Tourism versus agriculture", *Tourism Management* 6(1): 32-42.
- Leon C., Gonzalez M.  
1995 "Managing the environment in tourism regions: the case of the Canary islands", *European Environment* 5: 171-177.
- Lockhart, D.  
1993 "Tourism and politics: the example of Cyprus", in Lockhart-Drakakis-Smith-Schembri eds. 1993  
1994 "Tourism in northern Cyprus: patterns, policies and prospects", *Tourism Management* 15(5): 370-379.
- Lockhart D., Ashton S.E.  
1987 "Recent trends in Maltese tourism", *Geography* 72(3): 255-258.  
1993 "Islands", in Richtie-Brent-Hawkins-Go-Frechtling eds. 1993.
- Lockhart D., Drakakis-Smith D.  
1995 *Island tourism: problems and perspectives*, Mansell, Poole.
- Lockhart D., Drakakis-Smith D., Schembri J., eds.  
1993 *The development process in small islands states*, London, Routledge.
- Lovell, N.,  
1998 *Locality and Belonging*, London, Routledge.
- Mason, P.  
1994 "A visitor code for the Arctic", *Tourism Management* 15(2): 93-97.
- Mason, P.  
1997 "Tourism codes of conduct in the Arctic and Sub-Arctic region", *Journal of Sustainable Tourism* 5(2): 151-165.
- Mason P., Mowforth M.  
1996 "Codes of conduct in tourism", *Progress in Tourism and Hospitality Research* 2(2): 151-166.
- Matvejevic P.  
1993 *Mediterraneo. Un nuovo breviario*, Milano, Garzanti  
1998 *Il Mediterraneo e l'Europa*, Milano, Garzanti.
- McElroy J., De Albuquerque K.,  
1996 "Sustainable alternatives to insular mass tourism: recent theory and practice", in Briguglio *et alii* 1996: 47-60.
- McKean, P.  
1989 "Towards a theoretical analysis of tourism: economic dualism and cultural involution in Bali", in V. Smith ed. 1989: 119-138.

- MacNaught, T.J.  
1982 "Mass tourism and the dilemma of modernisation in Pacific island communities", *Annals of Tourism Research* 9(3): 359-381.
- MacTaggart, W.  
1990 "Tourism and tradition in Bali", *World Development* 8: 457-466.
- Milne, S.  
1992 "The economic impact of tourism for the Cook islands, *Occasional Publications* 21, Auckland, University of Auckland.  
1996 "Tourism, dependency and south Pacific microstates: beyond the vicious cycle?", in Lockhart-Drakakis-Smith eds. 1996.
- Milton K., ed.  
1993 *Environmentalism. The view from social anthropology*, London, Routledge.  
1996 *Environmentalism and cultural theory – Explaining the role of anthropology in environmental discourse*, London, Routledge.
- Mose, I.  
1996 "Mass tourism versus eco-tourism? Tourism patterns in the East Frisian islands, Germany", in Lockhart-Drakakis-Smith eds. 1996.
- Murphy, P.  
1992 "Island-based urban tourism: the case of Victoria", in Colin-Baum eds. 1995: 167-180.
- Murphy, P.E.  
1985 *Tourism: a community approach*, New York, Methuen.
- Noronha, R.  
1979 "Paradise reviewed: tourism in Bali", in De Kadt ed. 1979
- Oglethorpe, M.  
1985 "Tourism in a small island economy: the case of Malta", *Tourism Management* 6(1): 23-31.
- Palmer, C.  
1992 "Tourism and colonialism: the experience of the Bahamas", *Annals of Tourism Research* 21(4): 792-881.
- Parker S.  
2000 "Collaboration on tourism policy making: environmental and commercial sustainability on Bonaire, NA", in Bramwell-Lane eds. 2000: 78-97.
- Pearce D., Butler R., eds.  
1993 *Tourism research: critiques and challenges*, London, Routledge.
- Picard, M.  
1987 "Du tourisme culturel à la culture touristique», *Problems of Tourism* 10(2): 38-52.  
1990 "Cultural tourism in Bali: cultural performances as tourist attraction", *Indonesia* 49: 37-74.  
1995a *Bali. Tourisme culturel et culture touristique*, Paris, L'Harmattan.  
1995b "Cultural heritage and tourist capital: cultural tourism in Bali", in Lanfant-Allcock-Bruner eds. 1995: 44-66.
- Pieters R., Gevers D.  
1995 "A framework for tourism development on fragile island destinations: the case of Bonaire", in Conlin-Baum eds. 1995: 123-132.
- Poetschke, B.  
1995 "Key success factors for public/private sector partnerships in islands tourism planning", in Conlin-Baum eds. 1995: 53-64.
- Pratt, M.  
1993 "Cayman islands: succesfull tourism yesterday, today and tomorrow", in Richtie-Brent-Hawkins-Go-Frechting eds. 1993.
- Priestley G.K., Edwards J.A., Coccoisis H., eds.  
1996 *Sustainable tourisms? European experiences*, Wallingford, CAB.
- Rach, L.  
1993 "The relationship of tourism policy to the proce-value concept: a case study of the Seychelles islands", in Richtie-Brent-Hawkins-Go-Frechting eds. 1993.
- Richtie Brent J.R., Hawkins D.E., Go F., Frechting D., eds.  
1993 *World travel and tourism review*, vol. 3, Wallingford, CABI.
- Riley, M.  
1993 "Tourism development under close control: the case of the Falkland islands", *Tourism Management* 16(6): 471-471.
- Rodenburg, E.  
1980 "The effects of scale in economic development: tourism in Bali", *Annals of Tourism Research* 7: 177-196.
- Rozenberg, D.  
1995 "International tourism and utopia: the Balearic islands", in Lanfant-Allcock-Bruner eds. 1995: 159-176.
- Royle, S.  
1993 "Tourism to the South Atlantic is-

- lands", in Lockhart-Drakakis-Smith eds. 1996.
- Ryan, C.  
1995 "Islands, beaches and life-stage marketing", in Conlin-Baum eds. 1995: 79-94.
- Sampath, N.  
1997 "Mas identity: tourism and global and local aspects of Trinidad carnival", in Abram-Waldren-MacLeod eds. 1997: 149-171.
- Seaton, A.V.  
1991 "Quality tourism sustained! A small island case from the Shetlands", *Proceedings of the 41<sup>st</sup> AIEST Congress*, St. Gallen, Switzerland.
- Selin S., Chavez D.  
1995 "Developing an evolutionary tourism partnership model", *Annals of Tourism Research* 18: 639:652.
- Simonicca A.  
1999 "Europe and the anthropology of tourism: problems of definition and research methodology", *Europaea* 1999,V,1.
- Smith, V.  
1995 "Boracay, Philippines: a case study in 'alternative' tourism", in Smith-Eadington eds. 1995: 135-157.
- Smith V., ed.  
1989 *Hosts and guests: the anthropology of tourism*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press.
- Smith V., Eadington W.R., eds.  
1995 *Tourism alternatives. Potentials and problems in the development of tourism*, Chichester, Wiley.
- Spletstoesser J., Folks, M. C.  
1994 "Environmental guidelines for tourism in Antarctica", *Annals of Tourism Research* 21(2): 231-244.
- Stabler M.J., ed.  
1997 *Tourism and sustainability*, Wallingford, CAB.
- Stabler M. J., Goodall, B.  
1996 "Environmental auditing in planning for sustainable island tourism", in Briguglio *et alii* 1996: 170-196.
- Stevens, T.  
1993 "Island tourism: Malta", in Richtie-Brent-Hawkins-Go-Frechting eds. 1993.
- Sutton, M.  
1991 "Knowledge, governance and tourism: colonial construction of Balinese culture", *8<sup>st</sup> Annual Berkeley Conference for Southeast Asia*, Berkeley, California.
- Tunbridge J.E., Ashworth G.J.  
1996 *Dissonant heritage. The management of the past as a resource in conflict*, Chichester, Wiley.
- Waldren, J.  
1996 *Insiders and outsiders: paradise and reality in Majorca*, Oxford, Berghahn Books.
- 1997 "We are not tourists – We live here", in Abram-Waldren-MacLeod eds. 1997: 51-70.
- Wall, G.  
1996 "Bali and Lombok: adjacent islands with contrasting tourism experiences", in Lockhart-Drakakis-Smith eds. 1996.
- WCED (World Commission on Environment and Development)  
1987 *Our common future (The Brundtland Report)*, Oxford, Oxford U.P.
- Weaver, D.  
1991 "Alternatives to mass tourism in Dominica", *Annals of Tourism Research* 18(4): 414-432.
- Wilkinson, P.  
1989 "Strategies for tourism in islands microstates", *Annals of Tourism Research* 16(2): 153-177.
- 1996 "Jamaica tourism: from dependency theory to a world economy perspective", in Lockhart-Drakakis-Smith eds. 1996.
- Williamson, P.F.  
1987 "Tourism in small island states: a fragile dependence", *Leisure Studies* 6(2): 117-146.
- Wing, P.  
1995 "Development and marketing of international tourism in small islands", in Conlin-Baum eds. 1995: 95-104.
- 1995b "Tourism development in the South Indian Ocean: the case of Mauritius, in Conlin-Baum eds. 1995: 229-237.
- Winterbottom, B.  
1995 "Island speciality retailing: the clock-tower centre at Bermuda's royal naval dockyard", in Conlin-Baum eds. 1995: 203-216.
- Wood D., Gray B.  
1991 "Toward a comprehensive theory of collaboration", *Journal of Applied Behavioral Science* 27(2): 139-162.
- WTO(BC),  
2000 *Public-private sector cooperation: enhancing tourism competitiveness*, Madrid, WTO.
- Zerbi M.C., a cura di,

1998 *Turismo sostenibile in ambienti fragili. Problemi e prospettive degli spazi rurali, delle alte terre e delle aree estreme*, Bologna, Cisalpino.

## NOTAS

<sup>1</sup> Per una visione complessiva delle interpretazioni della nozione di “turismo sostenibile” cfr. Coccossis-Nijkamp eds. 1995, Harris-Leiper 1995, Hunter 1997, Hunter-Green 1995, Priestley-Edwards-Coccossis 1996, Stabler 1997; sulle isole in particolare vedi Baum-Mudabumbi 1995, Briguglio *et alii* eds. 1996 e 1996a, Burkart 1985, Butler 1993 e 1996a, Latimer 1985, Ryan 1995, Williamson 1987, Wing 1995a.

<sup>2</sup> Milton 1993 e 1996, Chambers 1997.

<sup>3</sup> Per il significato spesso ideologico di “alternativo” cfr. Pearce-Butler 1993, Smith-Eadington 1995.

<sup>4</sup> Cfr. Bramwell-Lane 2000.

<sup>5</sup> Getz-Jamal 1994, Inskeep 1991, Jamal-Getz 1994 e 2000.

<sup>6</sup> Bramwell-Sparman 1999, Gray 1989, Murphy 1985, Wood-Gray 1991.

<sup>7</sup> Parker 2000.

<sup>8</sup> Stabler 1997 e Tunbridge-Ashworth 1996.

<sup>9</sup> WTO(BC) 2000.

<sup>10</sup> Vedi Jamal-Getz 2000.

<sup>11</sup> Qui è appena il caso di accennare all'importante nesso fra analisi del turismo e “antropologia interpretativa” postgeertziana.

<sup>12</sup> Il riferimento è al paradigma “interpretativo critico” che enuncia le condizioni discorsive della funzione della persona nei nessi di senso e delle istituzioni competitive attorno al “potere”. In particolare è la operazionalizzazione empirica delle teorie habermasiane ad entrare in gioco, come dimostra ampiamente Carspecken 1996.

<sup>13</sup> Butler 1980.

<sup>14</sup> Bramwell-Lane 2000, WTO(BC) 2000.

<sup>15</sup> Caffyn 2000; cfr. anche Poetschke 1995, Selin-Chavez 1995.

<sup>16</sup> Importante a tal riguardo è la formulazione di “codici etici”, quali dispositivi fondamentali per il rispetto delle culture e dei diritti ambientali: cfr. D'Amore 1993, Davis 1995, Johnston 1997, Mason 1994 e 1997, Mason-Mowforth 1996. Sono da vedere, al proposito, le pubblicazioni ed il codice etico formulato dalla *Ecotourism Society*, ove è importante distinguere fra “ecoturismo” quale nuovo “segmento” di mercato turistico ed “ecoturismo” quale concetto centrale del “turismo sostenibile”

<sup>17</sup> Milton 1996, Ingold 2000.

<sup>18</sup> Butler-Hinch 1996.

<sup>19</sup> Abram-Waldren 1998, Lovell 1998.

<sup>20</sup> Jamal-Getz 1995 e 2000.

<sup>21</sup> Per i temi più recenti della antropologia sull'ambiente, Croll-Parkin 1992, Descola-Palsson 1996, Ellen-Fukui 1996, Grillo-Stirrat 1997, Hirsch-O'Hanlon 1995, Hobart 1993.

<sup>22</sup> Simonicca 1999.

<sup>23</sup> Vedi le *Raccomandazioni del Convegno Internazionale sul turismo sostenibile nelle piccole isole* tenuto a Lanzarote (Spagna) nell'Ottobre del 1998, gli *Atti della Conferenza per le Isole del Mediterraneo* tenuta a Capri nel Maggio del 2000, e la “Dichiarazione di Hainan” alla *Conferenza Internazionale sul turismo sostenibile delle isole del Pacifico asiatico* tenuta a Sanya, Isola di Hainan (Cina) nel dicembre del 2000.

<sup>24</sup> Vedi la questione del “libro verde” in Batisse-Grenon 1989, CEE 1995 e 1997.

<sup>25</sup> Beller-Ayala-Hein 1990, Briguglio-Archer-Jafari-Wall 1996, Conlin-Baum 1994, Lockhart-Drakakis-Smith-Schembri 1993, Lockhart-Drakakis 1995.

<sup>26</sup> Black 1996; Boissevain 1992, 1996; Briguglio 1992; Briguglio-Vella 1995; Lockhart-Ashton 1987; Oglethorpe 1985; Stevens 1993.

<sup>27</sup> Andronicou 1979 e 1987; Gilmor 1993; Lockhart 1994 e 1995.

<sup>28</sup> Bull 1996, Kohn 1997, Rozenberg 1995, Waldren 1996.

<sup>29</sup> Baum 1996, Conlin 1993, 1993a e 1995, 1996; Conlin-Titcomb 1995, Dann-Potter 1996, De Albuquerque-McElroy 1992, Edwards 1996, Edwards 1998, Gayle-Gaudrich 1993, Harrigan 1974, Holder 1993 e 1996, Leon-Gonzalez 1995, McElroy-De Albuquerque 1996, Palmer 1992, Pieters-Gevers 1995, Pratt 1993, Sampatah 1997, Weaver 1991, Wilkinson 1989 e 1996; Winterbottom 1995.

<sup>30</sup> Cukeir-Snow e Wall 1993, Francillon 1990, Mac Taggart 1990, McKean 1989, Norohna 1979, Picard 1987, 1990, 1995a, 1995b; Rodenburg 1980, Sutton 1991, Wall 1996.

<sup>31</sup> Rach 1992.

<sup>32</sup> Brown 1983, Burns 1995, Wing 1995a e 1995b.

<sup>33</sup> Smith 1995.

<sup>34</sup> Burns-Cleverdon 1995, Choy 1992, Milne 1992.

<sup>35</sup> Britton 1983, Burns 1995, MacNaught 1982.

<sup>36</sup> Elliot-Ryan 1995, Farrell 1992, Gee-Patoskie 1993.

<sup>37</sup> Cooper 1996, Keane-Brophy-Cuddy 1992.

<sup>38</sup> Mose 1996.

<sup>39</sup> Butler 1996b, Butler-Fennell 1994, Seaton 1991.

<sup>40</sup> Baum 1993a e 1993b, Riley 1993, Royle 1993.

<sup>41</sup> Beck 1990, Davis 1995, Mason 1994 e 1997, Spletstoeser-Folks 1994, Zerbi 1998.

<sup>42</sup> McElroy, de Albuquerque 1996 (i dati sono relativi al 1990).

<sup>43</sup> Guthunz-von Krosigk 1996.

<sup>44</sup> Sul rapporto fra “identità” e turismo cfr. in particolare Lanfant-Allcock-Bruner 1995.

<sup>45</sup> Matvejevic 1993: 29 e sgg; 1998.

*Recibido:* 27 de octubre de 2004  
*Aceptado:* 30 de noviembre de 2004

## City as a (touristic) product

**Sonja Leboš**<sup>†</sup>

Association for Interdisciplinary and Intercultural Research (Zagreb, Croatia)

**Resumen:** Las zonas urbanas y los aspectos socioculturales de los procesos urbanos son elementos importantes del desarrollo del turismo cultural. Este artículo defiende un acercamiento multidisciplinar a la planificación urbana y destaca la importancia de la calidad de vida de los ciudadanos, la cual implica la calidad de la estancia de sus huéspedes. En la compleja tentativa de trazar el mapa de emplazamientos interesantes (teniendo en cuenta los diferentes modelos de tipologías de turista), se ha hecho énfasis en la estrategia que incluye la praxis del arte contemporáneo en relación con la antropología visual y cultural. A continuación, a través de la asociación de los conceptos antropológicos y los semióticos, los puntos de mayor relevancia que se han planteado son: coexistencia de los rasgos culturales más distintivos incluso en las unidades urbanas más pequeñas, los estudios de los indicios sociales y estéticos que representan esos rasgos culturales así como la producción de significado en la cooperación entre anfitrión y de turista en la proyección de la ciudad como producto (turístico). Este artículo hace un uso amplio de los argumentos derivados de numerosos estudios de caso realizados en la zona urbana de la ciudad de Zagreb, capital de Croacia.

**Palabras clave:** Turismo cultural; Planificación urbana; Antropología visual y cultural

**Abstract:** Urban areas and socio-cultural aspects of urban processes are important subjects for development of Cultural Tourism. This article argues for multidisciplinary approach to urban planning, stresses the importance of quality of life of citizens, which implies the quality of staying of their guests. In complex attempt of mapping the sites of interest (while having in view different models of typologies of a tourist), emphasis has been put on strategy that involves the contemporary art-praxis connected to cultural and visual anthropology. In the continuance, through blending anthropological and semiotical concepts, the most important issues that have been raised are: coexistence of the most distinctive cultural features even in the smallest urban units, studies of social and aesthetic signs that represent those features and production of meaning in cooperation of host and tourist in projecting a city as a (touristic) product. The article extensively uses arguments derived from numerous case-studies of the urban area of the city of Zagreb, Croatian capital.

**Keywords:** Cultural Tourism; Urban Planning; Visual and Cultural Anthropology

<sup>†</sup> • Honour President of Association for Interdisciplinary and Intercultural Research, (Zagreb, Croatia). Cultural practitioner and anthropologist, specialization in cultural tourism.

## Introduction

Cultural diversity and cultural tourism are syntagmas that we lately hear more than frequently. Western societies are tending to take it for granted, forgetting how complex the perception of *other* could and/or should be. Cultural tourism brings us away from high-density places like beaches, and lead to the different form of high-density human settlements around the world. Settlements that perform what cultural tourism is mostly about: way of living that involves heritage as everchanging concept in the complex, but not necessarily troubled, contemporary society.

That brings us to the notion of Urban Tourism that this article is mostly about. Culture is a driving force for Urban Tourism, it is a main reason for a visitor to come to an area or site. Before I move to the next chapter, let me argue some factors that I found essential for understanding the tourist as, according to definition, a temporarily leasured person who voluntarily visits a place away from home for the purpose of experiencing a change (Boissevain, 1997). *Experience* and *change*, as the keywords of this definition, I will connect to the factors of perception (senses in general as the triggers that leading to the experience of a particular sites) and the perception of Other-ness. But re-reading Kant brought me to thinking that there must be one more element that tourists are looking for when abolishing daily routines, broadening the views of time and place and changing the rules that lead their lives back home. So besides experience of change and/or transformation, tourist is looking for *pleasure*. I hope I will make small shifts in the subject that was open in cognitive-normative model proposed by Cohen (1972, 1979) who sketched classification of tourists as Modern Pilgrims or Pleasure Hunters or, distinctively, Urry who *detected* that looking for pleasure was concentrated in working class while intellectuals and free-lancers searching for knowledge and experience (Urry 1993, 1998).

Also, search for causal explanation of changes in hosts and tourists, subject which I reflect on in the next paragraphs, could apply on investigations on questions con-

cerning *the generation of tourism* (Nash, 1996: 59) or production of content.

### 1) Pleasure is not only in leisure

“At the leisure time people can liberate individual and collective creative powers that will criticize or sustain social structural values” (Turner, 1989: 73). Propounding this is a relevant statement, inspires a lot of future content. However, let me consider Kant's pondering over senses first.

Kant (Kant, 1964) classified organic senses to more objective and more subjective: objective senses contribute to the cognition of the object more than they awake a conscience of affected organ while objective senses produce a concept of pleasure.

Before he introduces his investigation in pleasures of man, Kant claims that we should keep in mind the following principles:

a) non-violent principle that is described as: to think alone.

b) liberal principle: to imagine yourself on the place of the *other* (italics mine)

c) consequential principle: at any time think in consensus with oneself

He finds that the task of anthropology (which is the primary discipline supporting my discourse, ahead of sociology and communication) should be in finding examples for every principle. Let me consider his demand in the third chapter, while reflecting on the particular typology of tourist.

Kant makes the distinction of pleasure in form of sensual and pleasure in the form of intellectual. The first form of pleasure is created through senses (pleasure) while the second form is created through the power of imagining (taste).

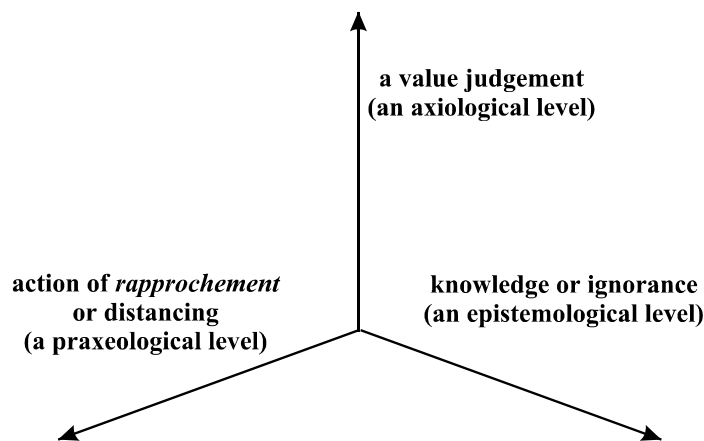
He argues for human need to recollect or restore itself (*collectio animi*) which is condition that enables one to work *again*. Interruption working processes is connected to the state of relaxation (*remisio*) while work is connected to the state of tension (*intensio*). Exactly at the point which divides those two states is point of maximum of sensing, but – it can lead to senseless condition as well. For many people, unfortunately, holiday becomes exactly that senseless state: state of tension was so intense that disables *collectio animi*.

Therefore I argue that it is impossible to observe needs that a tourist has during the periods of relaxation without the knowledge of the period of tension. World of work is not separated from the world of leisure, although the spatial and environmental organisation speaks for it. There is an obvious need for introduction of relaxing environments in tensed environments, as there is an emerging need for introduction of some structures of working environments in the segments that are *strictly* reserved for leisure. Besides the need to relax, people obviously need creative techniques that will help them to re-define the pleasure in work. Therefore, planning should involve re-definitions of contents in space and time on macro and micro level. The need to study the relationship between tourism and home behavior was introduced in the 80s and it is appropriate to acquire more facts about home society that generates the tourist's needs (Nash, 1996: 60, 61). The idea that there is 'no clear line of demarcation between work and leisure' (Nash, 1996: 62) is, obviously, not a great news. However, in the space that has a certain identity or

authentic quality, that identity and quality have rarely been emphasized by stressing the demarcation line. Exactly, the opposite. Free-floating signifiers that produce content are easily released on that demarcation line. Or better, in liminal spaces where demarcation is not clearly marked.

## 2) Perception of Other-ness

"If it is incontestable that the prejudice of superiority is an obstacle in the road to knowledge, we must also admit that the prejudice of equality is still greater one, for it consist in identifying the other purely and simply with one's own "ego-ideal" (or with oneself)" (Todorov, 1984: 165) Although at the first glance Todorov's subject (conquest, colonial and postcolonial worlds) being in a greater distance to my subject, he argues for an interesting typology of relations (Illustration 1.), which I will apply, with some alterations, in chapter 4, while discussing host and guest cooperation in the production of the meaning of *any* site.



**Illustration 1.**

When syntagma cultural tourism was uttered for the first time, no doubt that one of the connotative meanings (if not denotative, which seems plausible

enough) was: quest for knowledge. Knowledge of other cultural patterns than the pattern of oneself. Today, talking too often of *European* we forget how complex are the identities of that old

Europe (how else would be possible that in the most European schools history is taught aiming to divide nations on very sharp liminoids, while on the other hand unifying has been widely spoken). Exactly with cultural tourism, European societies have the chance to dip in their own cultures, and then acknowledge, learn about and try to understand the cultural patterns of *other* societies. And here is where marketing cultural tourism becomes marketing of that quest of knowledge and therefore – not just important, but I would say – crucial for sustainability of the most fragile regions. Today, it is not a question of getting people to *one* destination, but to diversify destinations and expand the needs of tourists far beyond the need for place that is amalgam of a supermarket and a hotel room, in order to avoid the high-density crowding that we cannot evaluate as sustainable. And where is the better place to start expanding contents than in urban communities where quotidian form of living is high-density form *par excellence* (with all its urban, sociological, sociopsychological, economical, ecological and anthropological implications)?

According to Todorov (Todorov, 1984), conquest, love and knowledge are autonomous and, in a sense, elementary forms of conduct. I would dare to say that the interest of contemporary tourist integrates these three forms of conduct in the search for new experiences, change and pleasure.

### City as a Product

In this chapter I would like to argue for the new approach in evaluating, structuring and planning of high-density urban areas which is seemingly very often subject of public debates. Still, socio-cultural aspects of urban processes are not a welcomed issue among urbanists and planners.

In the case of Zagreb, Croatia, there is a web site that should provide the insight into the General Urbanistic Plan for the citizens. However, the plan is not on display. In the meantime, the struggle on local level for every inch of the available

space has been raising constantly. I will discuss the approach to the urban planning that is contributed by art historian, social anthropologist and architect. The meaning of that exposure is to claim for right of these disciplines to take a greater part in, first and foremost, *evaluating* the existing structures in space and the quality of living, then *healing* of many urban tissues, structuring and classifying existing demands of citizens and their guests and, *finally*, urban planning. Urban planning is not a task that is exclusively a ground for action for politicians and architects. And, contemporary societies have to face it – public space is a playground where politicians exercise the power. Recent construction of the highways to the seaside that was used as the one of the three main arguments (next to the increasing living standard and joining European Community) in Croatian election campaigns clearly put on display the importance of construction in public space in construction of public opinion (and implicating the *vice versa* condition). That problem is common to the whole world. The reasons are complex and one should examine the origins of public constructions to the greater extent to put forward only some consequences of that tragic bond that links politics and construction which undermines the quality of living of the citizens and their guests. In the continuance, I will keep my focus on three approaches to the city as relevant to the subject of Urban Tourism:

- 1) art-historian's approach
- 2) social anthropologist's approach
- 3) architect's approach

In evaluating structures and quality of living, structuring and classifying demands as well planning, these approaches are equally important. Maybe in the process that signifies *concrete enactment in space* the role of the architect becomes crucial. Which not implies a crucifix for the environment, if possible.



All the approaches that I report on in the next paragraphs of this chapter are connected to case studies of Zagreb, Croatian capital.

#### 1) Art historian's approach

Walking through Zagreb represents an exceptional example of walking through a dual city. Paraphrasing art historian Zeljka Corak (Corak, 1994) it represents then a possibility to decode the link between Mediterranean and the North, the passage in relation to the Sun and in the relation to the Fog.

Zagreb is so-called typical middle-European city, comparable as much to Wien as to Graz in South Austria or even Freiburg and Tuebingen in South Germany. It is the capital of Croatia and explicable pride of the Croatian nation and therefore performatively synoptic example for it, tending to re-code the sense of the nation. Zagreb is comparable even to Prague which is, next to London and Paris, the real medieval polis. But comparable to Seville as well, which was (not to the same extent as Zagreb though and definitely not in a same way), affiliated to the Habsburg's dominion. In the medieval time that particular Zagreb had its *Vicum Latinorum* and its German Street. The legend says that the city gained its name - Zagreb - after an event when a young maid wanted to reach out for water at the spot where today city's main square finds its place. The place was dry at that moment, so the knight, who happened to be passing by, said to her: "Zagrebi!" (which is imperative form of the verb *scratch*). That happened in 9th century. *Vicum Latinorum* and German Street came soon after.

Later, the whole identity of the Middle European city was derived from those two *international* streets. In the 19th century historicistic imprint was sealed by the neogothic cathedral placed at the one side of the medieval acropolis. The cathedral was built by mostly and widely questioned German architect Herman Bollé, who, no question about it, contributed with his uncomparable work while co-creating the European identity of the city of Zagreb. These still, and maybe

forever, dominant historicistic values of the city were created by Bollé and numerous German architects. We should not forget that exactly the historicism, referring to already created and established values, presents itself as the period of architectural meta-language and as such demands intensive engagement not only of capacities of the senses but also of intellectual capacities of the participants in a given communicative situation.

However, the highly developed situation does not necessarily imply low level of opportunities of participation (of the visitor, e.f.) - on the contrary. On the other side, that highly developed situation certainly implies rigorous demand on *specialist fragmentation* of that situation from those who want to control it.

In her book "Zagreb - the written space", dr. Zeljka Corak (Corak, 1994) commits her writing not only to conjugation of visible towards invisible but to the activation of the invisible in constant production of the city. She confronts the reader with the not-fictitious life in a world which is not capable of creating ornament - as a possible contemplative detail of the whole. As the art historian she argues for lines of roofs, their relationships with sky and in her own, very poetical way, in a speech span between description and performative elements of that poetical discourse, she moves from descriptive sentence to PLEA. And who can deny Barthes: "*La ou tu es tendre, tu dis ton pluriel!*".

Exactly that plea, argumented with numerous examples of how would be possible to effectively increase the quality of living in the city and give chances to hosts and guests to increase the possibilities of participation in the production of meaning, has not been listen to by those who want to control that quality - urban planners. Refusal to listen to a plea resulted with uprooting of the whole parts of the city, arbitrarily occasional 'shavings' of the facades and entrances, numerous traffic clusters, tension, poor housing in so called residential areas, etc. Not to mention,

paraphrasing Corak (Corak, 1994), that the possibility of an individual to give to the community a notice about his/her/its existence is exactly in that dialectic zone between public and private space, inner and outer space. That dialectic zone, in the case of Zagreb, is minimal, almost denied.

## 2) Social anthropologist's approach

In the introduction of her book 'Streets of my town' social and political anthropologist Dunja Rihtman-Augustin (Rihtman-Augustin, 2000) announces 'fragmental, in a way personal description of the Croatian culture in the turbulent, last decade of the twentieth century'. (Rihtman-Augustin, 2000:7, translation mine). She problematizes rituals through which political identities are shaped, concreting history through symbols that inscenate quotidian situations.

The first part of the book is the most interesting to my subject because it tackles, as its title says, 'Space: concreting history'. Concreting history in the names of the streets as well the position of historical monuments or different influences on the change of the names and positions are result of dominating political discourse (in the case of Croatia, major changes happened after 1945., and after 1991.). While Rihtman-Augustin is developing Azaryah's hypothesis about how the names of the streets could represent urban narration, she postulates her own definition of city space in the neologism - *architexture* : ' It is not just architecture that

defines our urban and historical environment. Next to the architecture, there is also existing presence of *architexture*, or a sum of urban architecture and of the text that signifies the architecture.' (Rihtman-Augustin, 2000: 51, translation and italics mine). Furthermore, 'In the urban landscape streets' names, monuments and memorial signs contribute to the semiotical presence of dominating ideology because they give to the urban architexture a very specific symbolical content.' An inspiring example of artistic intervention into that symbolical content is discussed in the next chapter (case study of artistic work Female Guide through Zagreb).

In the second chapter of the first part of the book, Rihtman-Augustin discusses the monument on the Zagreb's main city square which gain the status of what Smith defines as *mythomoteur* - a place, person or object that cumulates, usually politically constructed, myths. It is interesting that this monument, originating from 1866, initiated fierce antagonism during the socialism era as well every other object that carried the mark of historicism. That particular monument, interesting enough, took the role of touristic symbol, being printed on a tourist guide from 1913. The monument was removed after the second world war, during the night so that nobody sees, and was repositioned in 1991.on the same ground where it was in 1866.

Now, it is again a very often cited symbol of Zagreb Tourist Board. (Illustration 2).



Illustration 2. Banner from the site of Zagreb Tourist Board & Convention Bureau. SOURCE: <http://www.zagreb-touristinfo.hr/info.php?file=solo&id=234>

Could it be that the mentality has not change and that people who are creating image of Zagreb still think that one should put forward the warrior's glory?

In this chapter I would just like to say a few more words about the second part of the Rihtman's book which deals with time and holidays. The managing of rhythms of the year has become a very interesting subject lately, since the traffic clusters have been multiplying and even sky has been overbooked. Rihtman argues the metamorphosis of socialistic holidays as the phenomena representing dechristianisation of folk-culture in the era of socialism while the period of rechristianisation has not been examined yet.

### 3) Architect's approach

*"A quality of the city's organization and the city's tourism are mutually inter-related and linked. High level of the city's organization is a precondition for many other higher level types of tourism supply. The city's organization in respect to its functional and aesthetic criteria may be described, analyzed and explained by using specifying indicators"* (Kritovac, 1992: 148)

Classification of indicators that Kritovac propounds is appropriated for observing of real situation and conditions:

1. descriptive notional features of a city
2. the city's visual identity
3. a general degree of the city's municipal organization
4. organization of locations and buildings used in intercity and international traffic
5. organization of routes of transit traffic
6. organization of locations and buildings whereby manifestations take place
7. organization of places for accommodation, tourist's lodgings and places of importance for relations with tourists
8. organization of zones and directions of tourism itinerary
9. indicators relating to the history of the city

This classification of selected indicators has been subjected to the general evaluation process of stating a level of organization in the city of Zagreb. However, it can be applied for similar evaluation processes in other cities as well. Kritovac's emphasis (Kritovac, 1992) is on chosen indicators in use for primary status (condition) description.

For the specific case study of Zagreb, Kritovac (Kritovac, 1992) gives information e.f. that there was a certain progression in the city's organization in 1991. and 1992. (in the rest of the country this was the most terrible war period).

In his conclusion, Kritovac propounds a special psycho-social research with the aim of explaining the tolerance of the city's government and the citizens in respect to the exposed places with emphasized tourism importance, but 'which are below any permissible level of municipal and aesthetic value' (Kritovac, 1992: 162). The situation in Zagreb he describes as paradoxal, and although he states that many problems 'can be dealt through regular municipal routine projects along with a basic interest of the citizens concerned' (Kritovac, 1992: 162), I think that the answer would be in the previously suggested psycho-social research which could reveal the level of that 'basic interest' of the citizens and the city's government.

### Applying the Tools of Visual Anthropology – Mapping the Sites of Interest

In the next paragraphs I will mainly discuss artistic praxis connected to the city of Zagreb, concretely I will reflect on following projects:

1. Urban Festival 2003, art festival that deals with new artistic urban praxis, discussing one, for our subject, interesting project that emerged there:

- "Zg – tracking" (authors Barbara Blasin, Ana Grbac, Igor Mirković)
- "On my tram stop" (author Ana Husman)

2. "Females guide through Zagreb" (authors Barbara Blasin and Igor Mirković, presented in Gallery Nova in 2003.)

3. "z:/ kult", Zagreb's cultural guide on CD-ROM (author and designer Dalibor Martinis in cooperation with AIM&Omnimedia), project financed by Zagreb Tourist Office and produced and presented in 2003.

#### 1) Urban Festival

"Urban festival is the project with basic tendency to infiltrate artistic activity into urban life, intensify the communication between the inhabitants and the wide range of the things that we denominate as infrastructural...Urban Festival 2003 was dealing with following:

The city is a process of co-existence and co-functioning of the incalculable multitude of ad hoc collectives and calculable multitude of institutionalised collectives. Ad hoc collectives are... (self) generated communities, while one of their important characteristics is instability, or momentary stability. Ad hoc collectives are omnipossible processes..."

(Catalogue of Urban festival, 2003.)

- Urban Festival 2003, project "Zg – tracking"

(authors Barbara Blasin, Ana Grbac, Igor Mirković)

This project is about art and investigation – work-in-progress that utilises different scientific methods and scientific praxis in order to achieve the knowledge of specific habits and customs of the inhabitants of Zagreb. It puts under the magnifying glass the habits of visiting cultural and public events or the habits of going out. The city of Zagreb is denominated as a specific cultural and social field within which investigation took place. The authors put out questionnaires through which they acquired knowledge of the frequency of going out as well of places and venues visited.

The research was made through investigating on the sample of 150 citizens of Zagreb: the fact that came out from this sample was rather astonishing – the total average of staying in the bar, restaurant, caffe-house or similar of that sample population is 10,97 hours everyday and 11,68 hours every weekend. According to

that sample, people go to the bar, restaurant or similar 2,5 times daily.

Considering other forms of going out, the most popular are concerts and then exhibition opennings and theatre opening nights. People in Zagreb seem to choose to go out with friends rather than business associates. The sample indicator included questioning 150 people and was created through random choice.

This project is in a way the authors' critique of some scientific methods such as statistics. For the purpose of my subject it was an interesting illustration of some behavioural patterns of the citizens of Zagreb which could be extended to a scientific research on specific cultural and social field of any city.

- Urban Festival 2003, "On my tram stop" (author Ana Husman)

"Is it possible to consider a hotel room, but every hotel room, your home? Waiting that we spend much time on, spaces in which we spend that time – and how we use it. Tram stops, airports, hotels and gas stations...every of these examples could transform from public to private..." (Catalogue of Urban festival, 2003.)

I reflect on this project simply because I found it really inspiring at one specific moment. I realised that a demand for more content in those waiting spaces really exist.

Very nice example could be the airport in Rome, where many people would like to do something in-between-flights that is not eating or shopping. One possibility is: cinema lounge. Whether those would be showrooms showing diamonds of Italian cinema like work of Antonioni, de Sica or Fellini, or production of unknown young authors, or even (in my opinion) worse option such as Hollywood A production, it could be a great success.

#### 2) "Female Guide through Zagreb",

(authors Barbara Blasin and Igor Mirković, presented in gallery Nova in 2003.)

This project shows how archives could be source of very interesting material and how people in charge for organisation of events or producing contents for diverse touristic population need exactly the kind of curiosity that these artists promoted.

On the many levels this project re-stages 'the "ethnographic as art" ' (Kirschenblatt-Gimblett, 1998: 235)

The project, through using a lot of archive sources, revealed a story of six women of whom each one found its special place in history of feministic movement in Croatia. However, it goes even much more beyond this: the biographical content triggered very interesting social, anthropological and historical context which was presented in the gallery Nova. Afterwards, artists organised the signing of petitions demanding from a city mayor

to take in consideration possibility of marking Female Guide through Zagreb with memorials on the houses and institutions which these exceptional women were attached to during their lifetime. Such memorials on the houses and institutions could be points of departures for alternative touristic routes. It is an excellent proposition for change in *architecture* and creating a new path for conquest in conviviality and knowledge. The project was supported by printing art postcards with additional educational value bonus (illustration 3).



Illustration 3. Art postcard representing quotidian dimension of life and work of Marija Jambrišak, the woman who held a speech demanding equal rights to labour and equal fees for women in Zagreb in 1871.(SOURCE: Gallery Nova Archives).

3) "z:/ kult", Zagreb's cultural guide on CD-ROM

(author and designer Dalibor Martinis in cooperation with AIM&Omnimedia), project financed by Zagreb Touristic Office and produced in 2003.

In the next paragraphs I will briefly reflect on introduction printed on the cover of the CD-ROM and on composition and interface of this product.

Here is what it says on the cover of this well designed CD-ROM edition:

"Z:/ kult is a Zagreb's cultural guide that could, in many ways, be compared to a journey through both historical and contemporary events, a journey similar to the one undertaken every day by each resident of Zagreb. This culture is most evident in the efforts the city's inhabi-

tants have made throughout the history to create a place where they can live together. The numerous buildings and urban units are proof of this. Furthermore, this culture has been visible in the number of events, projects, performances and institutions that have provided content to the rather symbolic framework of city life. This guide is one possible interpretation of Zagreb's city culture and its identity throughout history up to the present."

The very truth is in the last sentence: z:/kult is just 'one possible representation', but it is very good example of how it could be done. Naturally, not everybody will agree with the selection of themes included or the way that those themes are presented, but it is a great invitation for more and the better.

The content of this CD-ROM edition is divided in 14 sections: 1. *About Zagreb*, 2. *Guide*, 3. *Timeline*, 4. *The City and its Constructors*, 5. *Places and Sounds*, 6. *Celebrities*, 7. *Audio / Video Zagreb*, 8. *Personal View*, 9. *Made in Zagreb*, 10. *Cultural Events*, 11. *Surroundings*, 12. *Other Zagreb*, 13. *Zagreb in the Dark*, 14. *Underground*.

*About Zagreb* section gives introduction through some characteristic images and leads you to the rest of the content. Section *Guide* gives an overview of clubs and restaurants, media, music, books stores, festival and events, administration, museum and galleries, cinema and film, university, faculties and academies, cultural organisations and centers. If one clicks on the subsection *cultural organisations and centers* one will find a marked spot on the city's map (an image made from airplane, the one like urbanists use, represents the map of the city). The marked spot leads to one of foreign cultural centers in the town such as e.f.: Italian Cultural Institute, Austrian Cultural Institute, British Council, French Cultural Center, and Goethe Institute. Unfortunately, one cannot find any information about domestic cultural centers, which are many, and some have interesting programmes. Section *Timeline* gives an insight to the past and present graphically presented on the timeline divided to the periodical subsections. Graphically well organised, cited events signify not just some important historical events of Zagreb's history but also gives some interesting data about global cultural scene (e.f. the first Croatian documentary 'Durmitor', made by ethnologist Gusic, or BBC's experimental channel broadcasting the first drama programme in the world). Section *Places and Sounds* includes a lot of video documentation of different art performances but also presents the video documentation from the protests in support of very popular Radio 101 or Trade Union's protests. Section *Celebrities* promotes Croatian celebrities from political, cultural and scientific scene. Section *Audio/Video Zagreb* is the real treasure which includes excerpts from the best Croatian films (including the excerpt from Oscar-winning "The

Surrogate"), documentary clips about performance art scene, documentary clips about artistic happenings, Croatian writers, video documentary from the concerts of e.f. Antonio Janigro or Rolling Stones, video documentary from the opening of the exhibition of Andy Warhol or even video footage of bombing of Zagreb in 1991. Section *The City and its Constructors* gives an insight to the architectural features of Zagreb, including the first rate photography documentation. Section *Personal View* leads, per click of mouse, to photography and visual aesthetics closer to social anthropology, presenting quality of life (or lack of it) in some of Zagreb's urban quotidian routine. Section *Made in Zagreb* presents the most celebrated innovations, events, architecture, industrial design and worldwide known artistic projects labeled Made in Zagreb because Zagreb being their inspiring or starting point. Section *Cultural Events* presents video and photo documentation from traditional cultural events such as Contemporary Dance Week or Music Biennale. Section *Surroundings* leads a visitor virtually to the Zagreb's attractive borough. Section *Other Zagreb* gives some insiders' views, reflecting not just on feminist scene, gay pride events, anti-museum bizarre triangle, non governmental organisations, but introducing the visitor to the individual characters that are proud representatives of the heart and soul of the urban scene. Section *Zagreb in the night*, with the help of a spot-light that follows a mouse, reveals some night-life spots. Section *Underground*, bluntly paraphrasing Duchamp's *pissoir*, gives the insider's information such as: 'the open spaces in the center of the city are completely neglected' or 'The village of Jakusevec near Zagreb gave its name to the largest city's rubbish dump.'

The best work is done exactly in the presenting the city through various documentation modes: clips and video documentary excerpts or even film excerpts. Presenting celebrated personalities and events in that documentary mode gives exceptional value to this product; it becomes interesting as much to the hosts as to the guests.

This CD-ROM edition presents an eclatant example of how to apply the tools of Visual Anthropology in both of its essential dimensions: methodological dimension of annotation and observation and analytical dimension that refers to symbolical production by individuals and societies (e.f. cinema, TV etc.). The whole product is very ethnographic because denotes cultural dominants, it contains information about one city (which as a capital, as mentioned before, has a tendency to decode in its existence a sense of the whole nation) and its people in its present and past, serving the spectator with the images of that past in concord with the technical conditions of those periods. It also maps the sites of interest on a very demanding level: individualised and informative. By involving the individual people and their biographical *data*, even their portraits in everyday situations, it creates also a very personalised, emotional dimension of the space which it speaks about.

### Touristic Viewpoints

There is an old saying that everybody would like to travel but nobody would like to be a tourist. According to Croatian Agency Hina, in the year 2003, 66% of tourists that visited Croatia did that in their own organisation, in other words - as individuals. It speaks for 'creativity of tourist activity (improvisation), which produces "variety" acts on the celebrative approach towards the society' (Savelli, 1999).

In this chapter I would like to argue for the theory that there is an existing need

1. to know more about the state of tension of the tourist in order to plan the state of relaxation
2. to integrate relaxing environments in working areals
3. to involve techniques that will help in redefinition of pleasure in work and/or play when designing, creating and planning leisure activities

I think that we have two crucial words here: creativity and participation. Also I would depart for a while from the notion

of the city and use the notion of urbanicity as broader concept.

The research *Complexity as a Tourist attraction: The Touristic Coastal Area of Emilia-Romagna* (Savelli, 1999) presented various holiday models which I will use to support my theory:

The strongest model is the model is social membership when 'holiday becomes the occasion to enter into contact with the changing and evolving "frontier" of society, in order to evaluate it from an interne perspective'. (Savelli, 1999: 8) This model points also to 'a sort of expansion, full of symbolic values, of the ordinary life'. (Savelli, 1999: 9)

First I would like to put forward the possibility to separate *ordinary* from *quodidian*, because that is like a distinction tourist/traveller: most of us have *ordinary* lifes, but, who likes it? Easily activated and coexistent with quodidian life - that kind of holiday includes all the Kant's principles (Kant, 1964) which I utilised to introduce the concept of pleasure through restoring of oneself (*collectio animi*): non-violent principle (one thinks alone), liberal principle (one finds him/herself comfortable with other people's notions as well in them) and consequential principle (one represents consequent way of thinking).

The second model is the model of escape, where 'private security is considered with contempt' and 'where there is a higher concentration of people it is easier to enjoy oneself' (Savelli, 1999: 10). This model shows the lack of consequential principle: seems to be that there is no qualitative approach towards *collectio animi* or restoring oneself. Also, contempt of security shows the non-presence of the non-violent principle.

The third model is environment, the representative of which feels invited 'to move across the territory, in order to recover an expanded dimension of the own memory, personality and, finally... sphere of activity'. (Savelli, 1999: 11) This model, as well the first one, seems to content all the principles which lead to *collectio animi*.

The fourth model is the one of discovery, where holiday is 'considered as a moment in which the individual faces an uncontrolled flux of unpredictable experiences, which have not been planned before.' (Savelli, 1999: 12) Also, 'the area of travel destination must not be repeated'. This model includes all three principles for successful restoring, however, signals for such a strong urge for change and new experiences pose a big question mark on the other segment of life, so called ordinary, or rather quotidian.

The fifth model, the one of authenticity, speaks for interest in 'inter-subjective communication' (Savelli, 1999: 13). It is an explicit example for quest for knowledge of other forms of conviviality. It includes the principles for successful *collectio animi*.

Even further than the model of discovery, not to mention the model of escape, the sixth model – security, which is conceptualised 'upon a specific idyllic logic' (Savelli, 1999: 13) signals a mode of quotidian life that gives rare opportunity to consider principles like the liberal principle mentioned above, where one finds him/herself comfortable while facing the other-ness and confronting the multitudeness of various forms of conviviality.

The seventh model, self-affirmation, where the holiday should stand for 'the most important period of the year' where one 'gets out completely out of ordinary life conditions' (Savelli, 1999: 14), again implies a moral question of responsibility in having a knowledge of the fact that self-affirmation exists only within 'the desire of surpassing the limit of everyday habits'.

The eighth model, alienation, does not disdain the non-violent principle. However, the degree of separating oneself from 'local realities and the relationship system which characterizes them' (Savelli, 1999: 15) even from 'everything and everyone' signals an inner scream for *collectio animi*. The oppression of quotidian life could be unsupportable and the period of relaxation too less for a healing process and enabling one to develop individual forms of conviviality in existing conditions.

The model like demonstrative consumption, the ninth model, in which the holiday is perceived as 'an opportunity... of thinking about everyday life' and where 'the collocation in the imagined social-cultural hierarchy is constantly redefined' (Savelli, 1999: 15), urge to confirm the contact with the beauty, the culture and the prestige, at the first glance, does not compromise any of the principles that lead to *collectio animi*. However, it poses the problem of what the prestige could be, as contoured according to an imagined socio-cultural hierarchy and translated to or projected on a fragile area.

Unlike demonstrative consumption, the tenth model of demonstrative experience occurs in conjunction with the 'idea of a lasting and impacting experience' (Savelli, 1999: 16) perfectly planned and completely different from the notion of quotidian. It could imply the perfect restoring of oneself through amazing experience, but it could also imply a complete disappointment which develops tension again.

The eleventh model, the one of elective affinities, means joining to 'an organized travel group... also benefiting from the service of a tourist travel agency' (Savelli, 1999: 17), implies the high level of selective models which are disposed by travel agencies. The notion of interrupting a quotidian ordinariness is put forward so that consequential principle seems to be excluded.

The exclusion of consequential principle is even more erected in the twelfth model, interruption of routine life, and the most erected 'monuments' that represent that menace of routine that should be interrupted, are apartment and a supermarket. The need 'to change the rhythm of ordinary life within controlled, organized and peaceful framework' (Savelli, 1999: 17) shows the presence of non-violent principle but possibilities of acquiring the knowledge of other forms of conviviality are questionable.

The thirteenth model, transgression, which exists in 'denial of any common sense, any accepted convention or *cliché*' (Savelli, 1999: 18) but stays for 'local cultural resources, identified with monu-



ments and artistic works' is at the same time a denial and arguing for *collectio animi*. It presents a kind of fragile possibility of restoring and translating back to the routine without a necessity to put a medical leave in between.

Having these models in view, how to build touristic viewpoints? I argue for a simple solution:

holiday cannot be a promise of different and better life. It is like putting the system on its 'boiling point'. Instead of conceptualising 'escapology' I argue for creating and planning more liminal spaces where the borders that separate work from leisure are carefully blurred. Contemporary art promotes many opportunities for integration of such liminal spaces in concepts of urbanicity. Very often, in urban inner cities what is interesting for inhabitants is interesting for their guests as well. Content that activates the power to restore oneself and recreate the willingness to work and/or play (or to travel more, if that is the case) is in motivational factors as well in that in-between-state of tension and relaxation, or the state of increasing sensitivity.

The role of contemporary art in contemporary society is to sensitize it for various aesthetic and social phenomena, to restore its senses for enjoyment in work and play. As exemplified in Chapter 2, it can be integrated in:

1) research on existing structures of work and leisure, in/compatible structures of demand and offer, conceptualising and re-structuring a purpose of various spatial models

2) complementing existing *architecture* in order to develop and improve existing forms of conviviality through re-inventing contents and creating new meanings

3) analysis of the possibility of different media in creating of the *imaginario* for tourists (having in mind all the principles of sustainable development when projecting images of and *on* territory) and acquiring the knowledge of *imaginario* that is produced by tourists (extending the powerful structure of word-of-mouth marketing)

However, taxonomy of touristic experiences is a difficult task to accomplish. As Dann (Dann, 1981) points out: 'What actually constitutes motivation to travel? Is it the conclusion of the researcher or the explanation of the tourist?' (Dann, 1981: 209) Dann also argues that 'tourists may not wish to reflect on real travel motives' even '...may be unable to reflect on real travel motives', also '...may not wish to express real travel motives' or '...may not be able to express real travel motives'. The very important point is that 'Failure to recognize the subjectivity of motivation may be aggravated by methodological tendencies towards overoperationalization and quantification.' (Dann, 1981: 211)

Even Cohen (Cohen, 1979: 39) argues that '...there is no point in searching for *the* conceptualization of the tourist. Rather, a pluralistic and even eclectic research strategy is advocated'. This polyfocality of research when investigating motivation, having in mind Weber's definition of motivation as 'a complex of subjective *meaning* which seems to the actor himself and to the observer an *adequate* ground for the conduct in question' (Weber, 1968: 11), could lead to multidisciplinary perspective in production of meaning.

Motivation, in that sense, is conceived as auto-definition and meaning in the each particular individual, which is not pre-conceived, but rather created at the very spot of interaction that takes place in production of meaning. Therefore I argue for polyfocal approach to interdisciplinary micro-motivational studies that will give, even if just in rough lines, ideas about the needs of modern man, and possibly track the creative strategies of enabling 'a quest for the restoration of equilibrium' (Crompton in Dann, 1981: 199) or, using Kant's term, *collectio animi* (Kant, 1964)

Society and culture, and above all institutions that represent them as systems carried the role of a builder of sign systems. To which extent the role of individual should be emphasized?

## Conclusion and Reflections

The investigation in tourism should serve not just when planning leisure environments but also working environments. The knowledge that we acquire about individual and the society while investigating the characteristics of leisure activities should produce signals for improvement in both sections, leisure and work. The liminal areas of those two life fragments could or even should expand, while creating more creative environments that allow participation of each individual to a greater extent. It is obvious that too many people give signals that their quotidian life disables their capability for *collectio animi*, even showing violent attitudes toward oneself and environment. Those signals are not to be disregarded.

Knowledge implies responsibility - towards the humanity and environment. Now, that is only question of pursuing strategies that will reflect even more profoundly on urbanicity and human life and give it a chance, even from time to time, to restore itself.

Studies in tourism should carry in mind that work is becoming scarce and that one should take in account the idealistic framework were tourism will no longer be an escape from daily routine but a quest for means of human enrichment (Krippendorf, 1986). According to some estimations in the year 2010 not only 1 *billion* of displacements will be registered, but also 1 of eleven employments could be derived directly from tourism (Martín de la Rosa referring to Smyth and Brent in; *in Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 1 Nr. 1 pags. 51-63, 2003*). Now we are facing society where the leisure is not to be 'a superstructural counterpart of a dynamic proper to the economy.' (Sahlins in Nash, 1996: 64) but where the leisure *should become dynamic proper* to the economy.

It is not just about counting all the possible blessings of those numbers but

also to perceive and diminish at least some negative consequences.

## Bibliography

- Adorno, T. W.  
1984 *Aesthetic Theory*. London: Routledge and Kegan
- Asch, T.  
1992 "The ethics of ethnographic filmmaking"; in CRAWFORD, P.I.,  
Turton, D. (eds.), *Film as Ethnography*; pp.196-204. Manchester: Manchester University Press
- Augé, M.  
1995 *Non-places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity*. NY: Verso
- Bachelard, G.  
2000 *Poetika prostora (the original: La Poétique de l'espace)*. Zagreb: Ceres
- Ballandier, G.  
1970 *Political Anthropology*. Bungay, Suffolk: Allen Lane The Penguin Press
- Barretto, M.  
2003 "La delicada tarea de planificar turismo cultural: Un estudio de caso con la 'germanidad' de la ciudad de Blumenau - SC (Brasil)". *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1(1): 51-63
- Barthes, R.  
1984 *Image- Music- Text*. London: Fontana Paperbacks, Flamingo Edition
- Barthes, R.  
1972 *Mythologies*. NY: Hill&Wang
- Bennet, S.  
1990 *Theatre Audiences, A Theory of Production and Reception*. London: Routledge
- Boissevain, J.  
1997 "Insiders and Outsiders: Mass Tourism and the European South". Paper presented at the conference 'Anthropology and the Mediterranean: unity, diversity, and prospects', CRNS, Aix-en-Provence, May 14-17.
- Braudel, F.  
1997 *Sredozemlje i sredozemni svijet u doba Filipa II, (in original: La Méditerranée et le monde méditerranéen á l'époque de Philippe II, Ar-*

- mand Colin Éditeur, Paris, 1966). Zagreb: Antibarbarus
- Cassirer, E.  
1978 O gled o čovjeku (in original: En Essay on Man, An Introduction to a Philosophy of Human Culture, Yale Univ.Press). Zagreb: Naprijed
- Clifford, J.  
1988 The Predicament of Culture: Twentieth-Century Ethnography, Literature and Art. Cambridge, Massachussets: Harvard Univ.Press
- 1997 Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century. Cambridge, Massachussets: Harvard Univ.Press
- Cohen, E.  
1972 "Toward a sociology of international tourism". *Social Research* 39 (1): 164-182
- 1979 "Rethinking the sociology of international tourism". *Annals of tourism research* 6(1): 18-35
- Čorak, Ž.  
1994 Zagreb, pisani prostor (in translation:Zagreb-the written space). Zagreb: Nakladni Zavod Hrvatske
- Dallari, F. and Gaddoni, S.  
2003 Aree fragili e sviluppo locale sostenibile: L'Emilia Romagna. Bologna: Lo Scarabeo Editrice
- Dann, G.  
1981 "Tourist Motivation, An Appraisal". *Annals of Tourism Research* 8(2): 187-219
- Derrida, J.  
1993 "Naraštaji jednog grada" (Generations of a city). Croatian translation, in *Lettre Internationale* (croatian edition) 9/10
- Fetterman, D.  
2001 "The first step:An overview", in Id., *Ethnography Step ba Step*, Second Edit.; pp.1-2,3.Sage: Edition London
- Floch, Jean – Marie  
2001 Visual Identities. Continuum International Publishing Group
- Foucault, M.  
2003 Kritika političkog uma. Dubrovnik: Biblioteka Karantena, Art Radionica Lazareti
- Geertz, C.  
1973 The Interpretation of Cultures. New York: Basic Books
- Groys, B.  
2004 "The City In The Age Of Touristic Reproduction". In on-line magazine *Artefact Zagreb* [http://artefact.mi2.hr/\\_a02/lang\\_en/write\\_groys\\_en.htm](http://artefact.mi2.hr/_a02/lang_en/write_groys_en.htm)
- Gupta, A. and Ferguson, J.  
1997 Culture, Power, Place. Durham and London: Duke University Press
- Huizinga, J.  
1970 Homo Ludens: A Study of the Play Element in Culture. London: Paladin
- Huizinga, J.  
1991 Jesen srednjeg vijeka (the original:Herfstij der Middeleeuwen). Zagreb: Naprijed
- Jafari, J.  
1992 "Tourism peoples and their cultures". *Sociologia urbana e rurale* n. 38
- Jakobson, R.  
1960 Style in Language. Cambridge, Mass.: MIT Press
- Jencks, Ch.  
1991 The Language of Postmodern Architecture. London: Academy Edition
- Keir, E.  
1981 The Semiotics of Theatre and Drama. London: Methuen
- Kant, I.  
1960 Schriften zur Anthropologie, Geschichtsphilosophie, Politik und Pädagogik 2. Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft. Frankfurt: Insel Verlag
- Kirschenblatt – Gimblett, B.  
1998 Destination Culture (Tourism, Museums, and Heritage). Berkeley, LA: Univerity of California Press
- Krippendorf, J.  
1986 "Tourism in the System of Industrial Society". *Annals of Tourism Research*, 13 (1): 517-532
- Kritovac, F.  
1992 "Indicators of the city's organization and tourism: some features of the existing condition in Zagreb". *Acta Turistica*, 4 (2):148 - 164
- Lasić, S.  
1999 O globalnoj prirodi kulture-odnos između nacionalnog i svjetskog kulturnog nasljeđa (in translation: About Global Nature of Culture-the Relationship Between Nacional and World Cultural Heritage). Zagreb: Republika Revue, 9/10
- Latour, B.

- 1997 Nous n'avons jamais été modernes, Essai d'anthropologie symétrique. Paris: La Découverte
- Le Goff, J.
- 1998 Civilizacija srednjevjekovnog zapada (the original: La Civilisation de l'Occident Medieval). Zagreb: Golden Marketing
- Lévi-Strauss, C.
- 2001 Divlja misao (in original: La pensée sauvage, Librairie Plon, 1962). Zagreb: Golden marketing
- Mac Luhan, M.
- 1966 Understanding Media: the extensions of man. New York: The New American Library
- Mac Luhan, M.
- 1988 Laws of Media: the new science. Toronto, Buffalo, London: University of Toronto Press
- Martín de la Rosa, B.
- 2003 "Turismo y gestion cultural en las Islas Canarias: apuntes para una reflexión". *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1(1): 105-110,
- 2003 "Reseñas de publicaciones". *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1(1): 51-63
- Martinis, D.
- 2003 " z:/ kult ". *Zagreb's cultural guide* on CD-ROM, Zagreb: AIM & Omnimedia and Zagreb Tourist Office
- Matvejević, P.
- 1998 Mediteranski brevijar. Sarajevo: Sarajevo Publishing
- Melo, A.
- 1997 A World of Multipolar Art. *Catalogue of Symposium of exhibition Island*, Zagreb-Dubrovnik: SCCA – Meandar – Art radionica Lazareti
- Metz, Ch.
- 1976 "The Fiction Film and its Spectator". *New Literary History* 8(1)
- 1974 Language and Cinema. The Hague: Mouton
- Mutnjaković, A.
- 1988 Tercijarni grad (in translation: Terciar City). Osijek: Revija
- Nash, D.
- 1996 Anthropology of Tourism. New York: Elsevier Science Ltd
- Peirce, J.R.
- 1972 Communication. *Scientific American*, Vol. 227
- Richter Malabotta, M.
- 1997 "The Mediterranean: What are the Threats from the South?"; In *Culture-link Magazine: The Mediterranean: Cultural Identity and Intercultural Dialogue*, 10(1): 89 -99, Zagreb: Institute for International relations, Europe House Zagreb
- Rihtman – Auguštin, D.
- 1988 Etnologija naše svakodnevice (in translation: Ethnology of our quotidian life). Zagreb: Školska knjiga
- Rihtman-Auguštin, D.
- 2000 Ulice moga grada (in translation: Streets of my town). Beograd: Biblioteka XX vek
- Savelli, A.
- 1999 "Complexity as a Tourist attraction: The Touristic Coastal Area of Emilia-Romagna". In research within the framework of a National Programme entitled *'Il turismo in Italia, dinamiche globali e dinamiche locali'*
- Segalen, M.
- 2002 Drugi i slican. Pogledi na etnologiju suvremenih drustava (in original: L'autre at le semblable. Regards sur l'ethnologie des socites contemporaines, 1989, Presses du CNRS). Zagreb: Naklada Jesenski i Turk
- Smith, A.
- 1986 The ethnic origins of nations. Oxford: Blackwell
- Smith, Valene L. and Brent, Mary-Ann
- 2001 Host and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21th Century. New York: Cognizant Communication
- Steiner, G.
- 1989 Real Presences: Is There Anything in What We Say?. London: Faber and Faber Ltd.
- Todorov, T.
- 1984 The Conquest of America. New York: HarperCollins Publishers
- Tomaselli, Keyan G.
- 1985 Semiotics of Film: An investigation of some influences of language on film. *Communicare*, Johannesburg: University of Witwatersrand
- Turner, V.

- 1989 Od rituala do teatra, Ozbiljnost ljudske igre (in original: From Ritual to the Theatre, The Human Seriousness of Play, 1982, Ny: Performing Arts Journal). Zagreb: August Cesarec
- Urry, J.  
1993 The Tourist Gaze. London: Sage
- 1998 "Cultural Change and Contemporary holiday-making". *Theory, culture and Society*, 5 (1): 35-56
- Višnjić, E.  
2003 Catalogue of Urban festival, Zagreb: Urban festival with City Council for Culture –Zagreb and Ministry of Culture, Republic of Croatia
- Vukonic, B.and Tkalac, D.  
1984 Tourism and Urban Revitalisation, A Case Study of Poreč, Yugoslavia. *Annals of Tourism Research*, 11 (1): 591 -605
- Wall, J.  
1998 "Types of Travellers and the Implications for Planing: Consumption and Production of Tourism Experiences". In *Tourismes, Touristes, Sociétés*. Paris: L'Harmattan
- Weber, M.  
1968 Economy and Society. trans. P.Roth and C.Wittich, NY: Bedminster Press
- Wirth, L.  
1938 Urbanism as a way of life. *American Journal of Sociology*, 44: 1-24
- Youngblood, G.  
Expanded Cinema. London: Studio Vista

*Recibido:* 23 de junio de 2004

*Aceptado:* 30 de noviembre de 2004



**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ**  
**Instituto de Estudio de**  
**Tradiciones Étnicas y**  
**Culturales**

**III Congreso Internacional**  
**de Folklore en Panamá**  
**ConFolk- 05**

**Julio de 2005**  
**Penonomé, Provincia de Coclé,**  
**República de Panamá.**

**PATRIMONIO INMATERIAL Y**  
**DESARROLLO NACIONAL**

**Para mayor información:**

**<http://inestec.active.ws>**

**Correo electrónico:**  
**[inestec02@yahoo.com](mailto:inestec02@yahoo.com)**  
**[decorpe@hotmail.com](mailto:decorpe@hotmail.com)**

**CONVOCATORIA**

Durante la celebración del Año del Centenario de la República, la Universidad de Panamá está realizando diversos actos que conmemoran sucesos ocurridos en los primeros cien años como país independiente. Estos cien años coinciden con los albores del siglo XXI, años que muestran a nivel mundial una fuerte oposición a la globalización y un despertar de las identidades nacionales como respuesta a esta globalización. Los estudios de folklore, que tuvieron su edad de oro a mediados del siglo XX, logran un nuevo empuje con la ayuda de la Antropología y con una Convención de la UNESCO para la Salvaguardia del Patrimonio Inmaterial. La UNESCO, como entidad que agrupa a casi todos los Estados del mundo, decide actuar al encontrar que muchas costumbres y conocimientos tradicionales que han tenido siglos de vigencia en diferentes partes del globo se han perdido, a causa de la imposición de culturas foráneas apoyadas en el comercio internacional, perdiéndose junto con ellas parte de la identidad de los pueblos. En toda Latinoamérica la importancia de esta identidad, está siendo reconocida cada vez mas por los pueblos indígenas y las comunidades locales que sienten amenazado su modo de vida y sus medios de subsistencia ante las imposiciones del mercado internacional.

Esta es la principal razón por la cual el INSTITUTO DE ESTUDIO DE TRADICIONES ÉTNICAS Y CULTURALES DE LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ, convoca a todos los investigadores y divulgadores interesados en estos temas a que participen en el III CONGRESO INTERNACIONAL DE FOLKLORE EN PANAMÁ, (ConFolk-05), a realizarse del 19 al 23 de enero de 2005, en la ciudad de Penonomé, provincia de Coclé, Rep. de Panamá.

La Comisión del Congreso, presidida por el Rector de la Universidad de Panamá, el Dr. Gustavo García de Paredes, le invita a participar en este evento internacional para realizar y revalorar la cultura tradicional, aspecto fundamental del desarrollo de todos los pueblos, especialmente el panameño.

**OBJETIVOS DEL CONFOLK-05:**

1. La difusión del conocimiento sobre el patrimonio inmaterial nacional e internacional
  2. Crear un espacio de reflexión y debate sobre producciones y creaciones culturales de tipo folklórico desde una perspectiva interdisciplinaria
  3. Reflexionar acerca de los estudios teórico - metodológicos actuales del folklore
  4. Coordinar estrategias y acciones tendientes a fortalecer los vínculos académico – culturales entre instituciones y profesionales a nivel internacional
- ÁREAS TEMÁTICAS**
- La artesanía como patrimonio de los pueblos
  - Patrimonio intangible de afros, indígenas, hispano-indígenas, otros
  - El patrimonio intangible: conceptualización
  - Patrimonio cultural e identidad nacional
  - Religión y patrimonio intangible
  - Desarrollo sostenible, medio ambiente y patrimonio
  - Educación y patrimonio intangible
  - Género y patrimonio
  - Patrimonio como recurso turístico
  - Estado y patrimonio

## Hacia la construcción del objeto de estudio del turismo desde una perspectiva materialista crítica <sup>†</sup>

**Maribel Osorio García** <sup>‡</sup>

Universidad Autónoma del Estado de Morelos (Toluca, México)

---

**Resumen:** El artículo es un acercamiento al conocimiento del turismo desde la perspectiva materialista crítica. En primer lugar se hace una revisión de los estudios que se han producido sobre el turismo desde el eje de pensamiento marxista, señalando las escuelas teóricas a las que pertenecen y describiendo brevemente sus contribuciones. En un segundo lugar, se expone metodológicamente la forma de construir el objeto de estudio del turismo, identificando sus valores de uso y de cambio y puntualizando algunas investigaciones recientes que ejemplifican las potencialidades explicativas de analizarlo desde esta perspectiva.

**Palabras clave:** Turismo; Metodología; Objeto de estudio; Teoría crítica; Marxismo; Materialismo

---

**Abstract:** Towards the Construction of the Tourism Research Object from a Critical Materialistic Perspective. Based on the recent theoretical-methodological configurations of critical materialism, this article proposes first to characterise the use value and the change value of tourism as a way of building its research object, making references to some concrete studies and researches that exemplifies the explanation potentialities of analysing it from this perspective.

**Keywords:** Tourism; Methodology; Study object; Critical theory; Marxism; Materialism

---

---

<sup>†</sup> Texto publicado previamente en la revista Estudios y Perspectivas en Turismo (Volúmen 12, Números 3 y 4, Julio-Octubre 2003).

<sup>‡</sup> • Maribel Osorio García es candidata a Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad Iberoamericana. Se desempeña como profesora - investigadora de tiempo completo en la Facultad de Turismo de la Universidad Autónoma del Estado de México. E-mail: maribelosorio2003@yahoo.com.mx

## Introducción

La necesidad de fortalecer el discurso científico sobre objetos de estudio social ha sido manifestada claramente por Preston: "Cabe señalar, una vez más que, gran parte del esfuerzo que ahora se realiza en las ciencias sociales se ocupa menos de plantear un caso argumentado, con base científica, o de buscar una interpretación intelectualmente pura (o académica), que de la disposición de formulaciones político científicas cuyo propósito es satisfacer las necesidades de información o de interpretación de los planificadores. Esto es tan cierto para el primer mundo como para el segundo y el tercero. Además podríamos observar que las ciencias sociales están también a la disposición de la base económica industrial-comercial de las sociedades modernas, y señalar la labor de administración, investigación de mercado, sondeo de opinión, publicidad, trabajo de diseño, la producción de los medios de información y otras actividades, todas ellas documentadas, en mayor o menor grado, por la labor de las ciencias sociales. Es evidente que en esta esfera estamos muy alejados de las preocupaciones de Marx o de otras figuras ubicadas en la tradición clásica de la teorización social. Sin embargo, es sobre la base de estas dos últimas esferas – ciencias sociales y ciencias políticas aplicadas – que se hacen afirmaciones sobre la índole científico-técnica de las ciencias sociales." (Preston 1999: 105).

Esta observación general presenta justamente una situación que se pone de manifiesto en el turismo cada vez con mayor intensidad: considerado como uno de los fenómenos de mayor dinamismo y crecimiento desde la segunda mitad del siglo XX, con un amplio despliegue de estudios administrativos, mercadológicos y últimamente ambientales, ha sido poco teorizado desde una perspectiva social. En este sentido, al vincularse con el quehacer de la investigación social relacionada con el turismo, no puede soslayarse la necesidad de construir modelos de interpretación y producción de conocimiento fundamentado y riguroso, que sirvan de soporte a los estudios aplicados que promueven el desarrollo de este sector.

En atención a ello, el presente artículo intenta incentivar a los estudiosos del turismo a asumir seriamente esta tarea y continuar este camino en el que, por fortuna, ya algunos han avanzado. A continuación se ofrece una contribución para el cumplimiento de dos objetivos: identificar los estudios realizados sobre el turismo desde las distintas corrientes teórico-metodológicas del marxismo, como uno de los ejes del pensamiento científico, y caracterizar metodológicamente la forma de construcción del objeto de estudio del turismo desde una perspectiva materialista, ambos con el propósito de tener mayor claridad sobre las explicaciones que del comportamiento turístico se pueden lograr desde esta perspectiva.

Para tal efecto, el artículo se estructura en dos apartados: en un primer momento se exponen algunos trazos sobre las corrientes teóricas del marxismo, el neomarxismo y el postmarxismo y se describen algunos de los trabajos producidos sobre el turismo que corresponden a las distintas corrientes, lo que da un marco de referencia sobre la evolución que han tenido estos estudios en correspondencia con la evolución del pensamiento marxista. En segundo lugar, se realiza una descripción sencilla pero sistemática sobre las formas de proceder a través del método materialista histórico dialéctico para la construcción de un objeto de estudio social, en general, y del objeto de estudio del turismo, en particular, incluyendo algunos ejemplos de investigaciones concretas que ilustran el examen del comportamiento de los valores de uso y de cambio del turismo. A manera de conclusión, se incluye una breve reflexión sobre las posibilidades de estudiar al turismo desde esta perspectiva.

## El estudio del turismo en las corrientes marxistas

Las corrientes de pensamiento clásicas como el positivismo, la hermenéutica y el marxismo, han sido los fundamentos para conocer lo social y constituir las perspectivas metodológicas originales de las ciencias sociales. De estas corrientes han partido muchos de los nuevos desarrollos teóricos que permiten explicar y comprender – si-



guiendo a Wrigth (1980) – la realidad social. No obstante el avance de las ciencias sociales, los campos en los que se desarrolla actualmente la investigación científica de lo social, toman puntos de partida y principios de estas corrientes, las que siguen formando base teórica y fundamento epistemológico. La tradición marxista es un claro ejemplo de este eje científico que ha llegado hasta nuestros días.

En un primer esfuerzo de organización de la producción teórica sobre el turismo, Monterroso hace una breve caracterización epistemológica sobre los materiales que se refieren a este fenómeno en términos científicos, reconociendo las construcciones positivistas y marxistas. El autor pone de manifiesto la gran influencia que ha tenido el positivismo en los estudios del turismo, señalando un énfasis preponderantemente funcionalista y pragmático.

En lo tocante a los estudios de corte marxista nos ofrece una primera imagen general: “En segundo lugar están las construcciones marxistas sobre el turismo. En los documentos que pueden ser reconocidos como tales, es evidente una preocupación: para lograr el pleno desarrollo de los seres humanos (específicamente de los trabajadores), es necesario que estos incrementen su disponibilidad de tiempo libre y accedan a la recreación y al ocio. De manera que este tipo de documentos no centra su atención en el turismo, sino en el tiempo libre, que es el medio que hace posible acceder a aquel, pero principalmente, hace posible a la clase trabajadora, acceder a la recreación y al ocio. Según estos trabajos, la posibilidad de alcanzar tal finalidad radica en luchar por el control de los medios de producción a partir del desarrollo de la praxis revolucionaria” (Monterroso 2000: 102-103). Según esta primera visión, la perspectiva marxista ha contribuido en el estudio de las condiciones socio-productivas que posibilitan la práctica del turismo, más que en él mismo, lo que instiga a adentrarse en una revisión más detallada.

Es bien conocido el origen de la teoría marxista. Carlos Marx y Federico Engels conforman un modelo de interpretación del desarrollo de la sociedad a partir del desarrollo histórico del mundo material, cuya explicación le corresponde a la ciencia de la economía política. La sociedad, se reprodu-

ce a sí misma sólo mediante el trabajo humano, como categoría indispensable para la comprensión del progreso social. Este progreso depende del grado de desarrollo de las fuerzas productivas, es decir del progreso técnico-científico aplicado a la producción material (Marx 1977: 76). El nivel de desarrollo caracteriza el modo de producción, entendido como la forma en que se organiza la sociedad para la producción y distribución de los bienes materiales. La distribución del excedente productivo creado por el trabajo depende de la formación de las clases sociales que conforman el sistema social; la interacción de las clases sociales representa una relación de fuerzas, es decir, el poder de una clase social sobre otra, en una relación de dominio. Así, la relación social se establece en términos de conflicto a partir del dominio de una clase poseedora de los medios de producción sobre otra que carece de ellos. Históricamente, el capitalismo es el modo de producción más desarrollado hasta el momento por las fuerzas productivas y su particularidad reside en que el trabajo humano se convierte en una mercancía que produce plusvalía y genera capital acumulado en un proceso cíclico permanente.

"La conclusión general a que llegué - afirmó Carlos Marx - y la cual, una vez alcanzada, siguió sirviéndome de hilo conductor en mis estudios, puede ser brevemente resumida como sigue: En la producción social que realizan los hombres entran en determinadas relaciones, que son independientes de su voluntad; estas relaciones de producción corresponden a una etapa determinada de desarrollo de las fuerzas materiales de producción. La suma total de estas relaciones de producción constituye la estructura económica de la sociedad - la base real - sobre la que se levantan las superestructuras legal y política y a la cual corresponden determinadas formas de conciencia social. El modo de producción en la vida material determina el carácter general de los procesos sociales, políticos y espirituales de la vida. No es la conciencia de los hombres la que determina su existencia, sino que, por el contrario, su existencia social determina su conciencia. En cierta etapa de su desarrollo, las fuerzas materiales de producción de la sociedad entran en conflicto con las relaciones de producción

existentes, o - lo que no es sino una expresión legal de lo mismo - con las relaciones de propiedad dentro de las cuales habían operado antes. De forma de desarrollo de las fuerzas de producción estas relaciones se convierten en sus trabas. Entonces se abre el periodo de la revolución social. Con el cambio de la base económica, toda la inmensa superestructura se transforma más o menos rápidamente" (Marx citado por Sweezy 1975: 14).

Aunque sólo es un breve enunciado, se considera ilustrativo de las ideas centrales que generaron un amplio debate intelectual gestado a lo largo de todo el siglo XX. La teoría marxista original fue objeto de una serie de interpretaciones y reinterpretaciones de sus postulados desde distintos enfoques, que han sido trabajados en gran parte de los campos de las ciencias sociales y humanísticas: la economía, la política, la psicología, la sociología, la comunicación, el derecho, la antropología, la historia y, por supuesto, la filosofía.

A manera de referencia, siguiendo a Bottomore (1988), Ritzer (1993), Gutiérrez (1984 y 1998) y Preston (1999), se enunciarán algunas de las corrientes y autores neomarxistas y postmarxistas más reconocidos que han asentado las bases para los estudios sobre turismo, con el propósito de contar con un marco que nos permita ubicar el ejercicio de construcción del objeto de estudio del turismo que se hace posteriormente.

Después de la muerte de Marx, el influjo de su tendencia económica originó una primera corriente denominada "determinismo económico", que expande la idea de que las contradicciones estructurales del sistema capitalista y la organización de las clases sociales trabajadoras harían posible el camino hacia el comunismo. Se considera como el precursor de esta interpretación al propio Friedrich Engels, seguido por Eduard Bernstein y Karl Kautsky. Sobre estos planteamientos surge la lucha político-ideológica de Lenin, quién transformó la teoría marxista en una teoría de la revolución proletaria para su puesta en marcha en la Unión Soviética. Preston (1999: 107) aclara que fueron pocos los pensadores que tomaron muy en serio la versión soviética del marxismo, particularmente por su expresión dictatorial con Stalin, pero su teo-

ría del imperialismo trasciende en varios autores como Liebknecht y Rosa Luxemburgo. Desde esta posición, la metodología marxista es cargada con un énfasis ideológico, apreciable en los trabajos de Rosental y Lenin.

Uno de los intelectuales del determinismo económico que sienta un primer precedente en el estudio del ocio es Paul Lafargue (1970), cuya proclama panfletaria sobre el "derecho a la pereza" fue sumamente conocida en Europa desde su aparición a finales del siglo XIX. Lafargue recurre a los pensadores griegos y a algunos preceptos bíblicos para mostrar el desprecio que existía en la antigüedad por el trabajo y, en un estilo irónico, critica acremente la moral capitalista que pregona el derecho al trabajo y arremete contra esta idea que contribuye a la explotación del proletariado. Sin duda es un documento cargado de una ideología revolucionaria pero, como Pérez Ledesma señala, es de reconocer que en oposición a la mayoría de los socialistas de su época, Lafargue (1991: 59) defendió que no era el trabajo (categoría básica del marxismo), sino el placer el objetivo máximo que debía perseguir la clase obrera).

Posteriormente, se constituye una de las escuelas emanadas de la teoría marxista de mayor importancia y penetración hasta nuestros días: la "teoría crítica", generada en el Instituto de Investigación Social de Frankfurt, fundado por Max Horkheimer. Esta escuela, se considera sucesora del marxismo hegeliano, cuyas figuras principales fueron Georg Lukács, Karl Korsh y Antonio Gramsci, quienes consideraron que la perspectiva economicista era muy limitada y centraron sus estudios en lo subjetivo, recuperando la posición hegeliana. La corriente de Frankfurt comparte con el marxismo hegeliano su crítica al determinismo económico y su interés en el estudio de la subjetividad, se aparta de él por cautela político-ideológica, al verse amenazada por el nazismo (Gutiérrez 1998: 214) y recurre al denominativo de teoría crítica que ha logrado gran aceptación en la investigación social. Entre sus más destacados representantes se encuentra al propio Horkheimer, Marcuse, Adorno, Friedmann, From, Freud, Habermas, Appel y Sartre.

Su posición de censura, se ve reflejada en los juicios que realiza al positivismo, a la

sociología, a la irracionalidad de la sociedad moderna y a la industria de la cultura de masas y del conocimiento. “Las grandes aportaciones de los teóricos críticos (Marcuse, Habermas, etcétera) constituyen estudios sobre la cultura, la conciencia y sus interrelaciones. Estos teóricos han enriquecido nuestra comprensión de fenómenos culturales tales como la racionalidad instrumental, la ‘industria de la cultura’, la ‘industria del conocimiento’, la acción comunicativa, la dominación y las legitimaciones. A estas preocupaciones se suma el interés por la conciencia, fundamentalmente a través de la incorporación de la teoría freudiana a su trabajo” (Ritzer 1993: 211).

Gutiérrez señala a Theodor W. Adorno y Herbert Marcuse como los principales estudiosos en aspectos metodológicos de esta escuela. Una de sus preocupaciones centrales fue el estudio de la dialéctica vista en los componentes de la realidad social en conjunción con la totalidad social histórica, esto es, el análisis sincrónico y diacrónico de las relaciones de dominación entre la conciencia individual, la superestructura cultural y la estructura económica. Asimismo, profundizan en el estudio de lo objetivo y subjetivo y de la relación entre la teoría y la práctica.

Esta escuela en particular, nutre los estudios del ocio y del tiempo libre que siguen alimentando los discursos y explicaciones teóricas de las investigaciones socioculturales del turismo, ubicándose en ella varios de los trabajos que más han trascendido dentro de la comunidad académica. Una de las más tempranas obras sobre el estudio del ocio es la “Teoría de la Clase Ociosa” de Veblen (1974), la cual es descrita por Kenneth Galbraith (1974: XXIII) de la siguiente manera: “Es un tratado, el más comprensivo jamás escrito, sobre esnobismo y presunción social. Parte de él es aplicable a la sociedad norteamericana de fines de siglo pasado – en plena “edad sobredorada” del capitalismo norteamericano – pero es más maravillosamente pertinente en el caso de la ~~comunicación~~ <sup>comunicación</sup> en este punto del pensamiento marxista es meramente convencional, puesto que la obra fue escrita mucho antes de la primera guerra mundial, casi a la par de las obras del determinismo económico. Quizá por su muy diferente contex-

to - los Estados Unidos - o por su propia decisión, el autor es hermético respecto a sus fuentes teóricas y en ningún momento hace alusión a una filiación política y menos a una propensión revolucionaria. No obstante, su aguda e inteligente crítica, su enfático tratamiento histórico materialista, su acento en la propiedad y la riqueza articuladas con la distinción de clases, lo colocan en esta posición.

Veblen (1974: 51) afirma que desde los estadios superiores de las sociedades bárbaras hasta la sociedad industrial moderna, existe una diferenciación de clases que distingue las tareas propias de cada una. La posesión de la riqueza y de la propiedad por una de las clases, permite edificarse como una clase ociosa, siendo uno de sus principales intereses la ostentación de la riqueza, la demostración del status. El ocio significa “pasar el tiempo sin hacer nada productivo: 1) por un sentido de la indignidad del trabajo productivo, y 2) como demostración de una capacidad pecuniaria que permite una vida de ociosidad.” La práctica del ocio tiene que ponerse de manifiesto ante los demás, tiene que encontrar medios que lo hagan visible a través de pruebas “inmateriales”, tales como un elevado conocimiento de ciertas ramas del saber (las lenguas muertas, la música y las artes, las modas, los juegos y deportes, entre otros), o de la adquisición de ciertos hábitos (los modales, la buena educación, las prácticas formales y ceremoniales).

Varias son las formas que describe el autor sobre las prácticas sociales de la clase ociosa, de las cuales destacamos las siguientes: la riqueza demostrada básicamente con la propiedad, no sólo de bienes, sino de personas, particularmente de mujeres y esclavos; el consumo especializado de bienes como prueba de fortaleza pecuniaria, mayormente en el patrón de vida de la ciudad; y los gustos y destrezas físicas como el decorado de la casa, la elegancia, la práctica de la cacería, la navegación deportiva y el golf.

Veblen (1974: 112) afirma que el gasto ostensible guía la formación de los hábitos mentales, que a su vez definen lo que es decoroso y loable en la vida: “un nivel de vida es un hábito”. Así pues, el consumo de ciertas mercancías está asociado a un sentido de belleza, de utilidad, incluso de no-

vedad, en íntima dependencia con su costo. Es importante aclarar que éste teórico no menciona al turismo específicamente como parte de las prácticas de la clase ociosa – evidentemente por no ser aún una práctica de la época - pero sus explicaciones son absolutamente pertinentes para caracterizarlo, sobretodo por sus análisis sobre las formas del consumo cultural y de la naturaleza.

En la línea de la teoría crítica, por una parte, Friedmann, Fromm y Tourine aportan herramientas teóricas para estudiar el tiempo libre y el ocio y, en efecto, tienen como elemento común explicarlos a partir del trabajo (Toti 1975). Para Friedman, el maquinismo industrial invade y organiza todas las esferas de la vida social, desde la lógica mecanizada de la actividad productiva, mecanizando el resto del tiempo (con las máquinas del transporte, el aparato doméstico, el teléfono, etc.), incluyendo el tiempo de las actividades recreativas (con la televisión y el cine, por ejemplo). El maquinismo, es la fuente de la crisis de la civilización industrial capitalista, al producirse una crisis del intelecto humano que se transforma en ansiedad y angustia como un fenómeno de desadaptación social.

Fromm pone el acento en el carácter alienante del hombre moderno en la sociedad capitalista, convertido en un producto por el sistema de mercado; expone que el maquinismo industrial y la enajenación producen el odio por el trabajo, el deseo de contar con un mayor tiempo libre y una aspiración a la holgazanería. En una sociedad alineada, el hombre trata siempre de estar ocupado, trabajando o divirtiéndose, sustituyendo la conciencia de sí mismo por el consumismo que le marca la máquina económica. El hombre moderno ha perdido seguridad en él, se ha empobrecido y ha pasado a ser conformista, tiene miedo al tiempo libre no alienado, tiene miedo a la libertad.

Tourine, al estudiar la evolución del trabajo obrero en la industria automotriz, hace énfasis en el análisis de los medios que se utilizan para la producción social y cultural de las clases que imponen su poder. Así, estudia el loisir, como un conjunto de técnicas y de relaciones sociales que disgregan los ambientes tradicionales, realizando una participación de nuevo tipo en valores

homogeneizados, de acuerdo a las distintas clasificaciones sociales.

Toti analiza los planteamientos de los anteriores – entre otros - y critica su pasividad al considerar que los autores explican el problema de la alineación del trabajador de manera parcial, como un asunto socio-cultural de la superestructura, sin manifestarse por un verdadero cambio (revolucionario) de la base económica que posibilite la solución de la contradicción del tiempo libre-trabajo y permita una relación fecunda y creativa entre ambos. Recuérdese que según anota Ritzer (1993: 172), una de las críticas más acusadas a la propia teoría crítica fue el ignorar a la economía y a la clase trabajadora como fuerzas revolucionarias.

Por otra parte, Alvarez Sousa cuya contribución específica al estudio del ocio turístico se verá más adelante, destaca también las aportaciones de Marcuse y Adorno centrados en una explicación más ligada a la industria cultural, en cuyos estudios analizan el tiempo libre de las sociedades industriales y destacan su carácter alienante, producto de los mass media, según Marcuse, y de la cosificación del espíritu, según Adorno (1994: 70). En ambos casos queda de manifiesto la preponderancia del consumo como función principal del tiempo libre, ante una falta de formación crítico-cultural y a la nivelación de los gustos en el ocio, lo que permite una cierta manipulación por parte de la industria cultural y una ideología de igualdad. La siguiente es la cita que se cita en esta corriente es el de “La Horda Dorada” de Louis Turner y John Ash (1991), uno de los que mayor repercusión ha tenido en los estudios del turismo, por su aguda y amplia crítica a este fenómeno. Los autores parten de considerar al turismo como un fenómeno migratorio de masas, equiparándolo a una gran tribu de bárbaros de la edad de oro que se desplazan por avión como resultado de la cuarta gran oleada de la tecnología. La connotación de tribu bárbara obedece a que los turistas encajan en el patrón de migración en masa que experimenta una colisión con una serie de culturas distintas y distantes de la suya propia. Esta horda (los turistas) se moviliza desde las grandes metrópolis (Nueva York, Londres, Tokio o Hamburgo) a muy distintas zonas turísti-

cas del planeta, espacios sociales y geográficos (España, Grecia, las Bermudas, Bahamas, Cuba, Miami, Hawai, el Caribe, Bali, Turquía, Acapulco, Hong Kong, Tahití, etc.) que tienen un ciclo productivo de auge y decadencia y que en su conjunto denominan la “periferia del placer”.

Los autores hacen una exhaustiva exposición de casos y situaciones en todo el mundo sobre la forma en la que se practica el turismo, analizando las relaciones sociales que se establecen por esta movilidad y sus repercusiones culturales, económicas, políticas y ambientales. Punto por punto exponen la doble cara del turismo cuando se le declara y fomenta como una actividad favorable para el desarrollo, el intercambio social y el entendimiento cultural. El turismo – declaran Turner y Ash – es un medio para huir de las grandes y claustrofóbicas ciudades, que le permite al turista cambiar su entorno social y cultural y entrar en un estado de libertad provisional para el disfrute de una “privilegiada irresponsabilidad”, un disfrute hedonista de corto plazo en el que tiene el permiso oficial de rechazar los valores formales y laborales de su sociedad de origen y dejar aflorar sus “valores subterráneos” en un entorno controlado y artificial: la periferia del placer.

El turismo es una industria que los gobiernos se encuentran ávidos de promover, pero que repercute negativamente en el desarrollo: desvía recursos sociales para invertir en infraestructura turística, sustrae mano de obra y acaba con la producción agrícola, concentra los beneficios en la comunidad empresarial y oligárquica, altera el valor de la tierra y propicia la especulación inmobiliaria, impone un valor comercial a cualquier objeto de arte o de antigüedad, mercantiliza la cultura, distorsiona la realidad con imágenes engañosas, amenaza el estilo de vida ingenuo de los nativos, trastoca los nexos morales de las comunidades anfitrionas y los convierte en nexos monetarios (particularmente con las relaciones sexuales y las tradiciones hospitalarias) y es claramente conservacionista al mantener el status quo para proteger la seguridad física del turista y financiera de las inversiones.

El turismo también forma parte de un proceso que ha propiciado la ruptura social y la decadencia de la conciencia de clase, al

alejar social y geográficamente a las capas más pobres de las clases adineradas, al ofrecer una visión parcial, polarizada y acrítica del funcionamiento de otras sociedades: “El impacto del turismo en los países anfitriones es tan complejo como letal. Las elites de dichos países son corrompidas; cada vez miran con más interés y atracción a las delicias que les ofrece el mundo industrializado y orientado hacia el consumo. Las masas consideran al turista como un extranjero odioso, sí, pero también como símbolo poderoso de las desigualdades de nuestro mundo contemporáneo” (Turner y Ash 1991: 280).

Se descubre que el turismo es una fuerza maligna para el desarrollo social: “Para empezar, se trata de una nueva forma de colonialismo, dentro de la cual los ciudadanos más ricos del mundo se desparraman por las zonas más empobrecidas del planeta, en busca de algunos rincones que puedan colonizar y, sobre todo, que sean más gratos que las ciudades en que viven” (Turner y Ash 1991: 387)

Es interesante, además, una contradicción que apuntan los autores acerca de la satisfacción del turista: “por mucho que un turista esté dispuesto a pagar el precio que sea con tal de efectuar una regresión a uno de aquellos veranos de la infancia (destruidos para siempre), la industria en realidad no está en condiciones de proporcionarle todo lo bueno de entonces.” (Turner y Ash 1991: 354) En un sentido irónico, los autores mencionan que ese estado de hedonismo no puede ser completamente cubierto por las empresas turísticas, puesto que la industria no está exenta de peligros.

El trabajo de Turner y Ash (1991) es una de las mejores aportaciones para descubrir el carácter dialéctico del turismo, el cual ha apoyado en mucho la comprensión de este fenómeno, tal como lo declara Aramberri (c/f): “Es un trabajo que ha ejercido notable influencia en la literatura especializada, lo que no es extraño, dado que ésta ni está aún muy desarrollada ni se ha mostrado especialmente imaginativa. En cualquier caso, este trabajo, sobre las nuevas hordas doradas de los turistas se ha convertido en un punto de referencia común profusamente citado”.

Un último trabajo que se cita en esta corriente y que recupera lo expuesto por La-

fargue y Veblen, es el de Racionero (1984) en su obra "Del paro al Ocio", en la cual, tras exponer los cambios tecnológicos, urbanísticos, productivos, económicos y ecológicos de la sociedad post industrial de principios de la década de los años ochenta, ubica que el objetivo primordial de la economía de la abundancia será el aumentar la calidad de vida, lo que necesariamente replantea el papel del trabajo en la construcción social.

Racionero esclarece dos contradicciones inherentes al capitalismo avanzado: el avance tecnológico permite la automatización de los procesos productivos en la industria, desplazando mano de obra, lo que a la vez impide el pleno empleo como condición deseable del sistema económico y produce el paro como síntoma del éxito del sistema tecnológico. En esta perspectiva el pleno empleo es una aspiración que queda rebasada. La segunda contradicción es que la sociedad industrial de los países desarrollados imponen la moral puritana del trabajo a una juventud que tiene resueltas las condiciones materiales en una economía de abundancia, por lo que el trabajo deja de ser un valor rector y se sustituye por un hedonismo.

El análisis del autor corrige la postura clásica de Marx sobre la lucha de clases, la que efectivamente se produce pero de manera muy distinta: "Al proceso de lucha de clases-revolución, previsto por Marx, se ha sustituido el proceso no colaboración-marginación, no previsto por nadie y que ha sorprendido a todos, economistas y sociólogos, desprovistos de modelo explicativo" (Racionero 1984: 87).

El analista comenta que el comportamiento del ocio en los años ochenta fue diferente al planteamiento original de Veblen, al observarse que el ocio pasó de las clases dirigentes a los jóvenes de la clase media y trabajadora en forma de consumismo de masas, identificando al propio turismo como parte de este fenómeno. Así entonces, es la cultura del ocio el verdadero problema de la sociedad post industrial, para cuya solución propone un cambio de valores: el establecimiento de una economía humanística, descentralizada, a escala humana, asociativa, ecológica, dirigida al ocio creativo. Esta concepción redimensiona al ocio de manera importante, puesto que

de elemento complementario y dependiente de las categorías del trabajo y de la industria cultural, como fue abordado por los estudiosos de Frankfurt, pasó a concebirse como un fenómeno social constitutivo del desarrollo de la sociedad post industrial.

Tras el trabajo realizado por la escuela crítica y la escuela estructuralista, encabezada esta última por los trabajos de Louis Althusser y Nicos Poulantzas, un buen grupo de neomarxistas se orientaron nuevamente sobre el análisis económico, constituyendo la corriente teórica conocida como "sociología económica". Ritzer (1993: 188) aclara que "su obra no supone un regreso a la teoría marxista temprana; constituye un esfuerzo por adaptar la teoría marxista a las realidades de la sociedad capitalista moderna". Esta corriente, es representada por Paul Baran y Paul Sweezy, con un novedoso estudio de corte marxista sobre el comportamiento del capital monopólico y el papel de los directivos modernos, centrandos su análisis sobre la absorción del excedente económico por las instituciones sociales; y Harry Braverman con sus estudios sobre el control gerencial que empleaban los directivos sobre los trabajadores de una corporación.

Preston refiere que la obra de Baran y Sweezy, junto con la de A. G. Frank, constituyen importantes aportaciones para el estudio de la relación centro-periferia entre los países del primero, segundo y tercer mundo, como parte de las teorías marxistas del desarrollo. En la misma línea de estudios sobre la relación centro-periferia, pero con un acento histórico, destacan los trabajos elaborados por Immanuel Wallerstein, quién trabaja el concepto de sistemas mundiales y sostiene que la división internacional de la explotación obedece a una división económica del trabajo en el mundo y no a fronteras nacionales; ocupa la categoría de "semiperiferia" para explicar el espacio intermedio entre las regiones explotadoras y explotadas.

A pesar de los ataques de que han sido objeto estas posturas, muchos trabajos se han derivado de ellas, como la línea teórica denominada "fordismo y postfordismo". Las aportaciones han sido de gran influencia en los trabajos latinoamericanos que estudian el desarrollo desde una posición crítica, particularmente algunas investigaciones

asociadas con la Comisión Económica para América Latina (CEPAL). Esta corriente se caracteriza más por su renovación teórica sobre el capitalismo que por sus novedades metodológicas, sin embargo, hay una búsqueda de nuevas categorías de análisis para el estudio de la evolución económica.

Varios son los trabajos que sobre turismo se realizan en esta corriente, los cuales analizan la relación de dependencia económica y cultural del turismo entre los países desarrollados y subdesarrollados en América Latina.

Un primer trabajo que se cita es el de Rosemary Lee (s/f), quien pone énfasis en concebir al turismo como una manifestación del capitalismo dependiente y un medio del imperialismo cultural. En él afirma que la contradicción inherente del turismo para promover el desarrollo en los países del "Tercer Mundo", es precisamente que se basa en la continuación del subdesarrollo, por lo que en realidad no puede contribuir a desarrollarlos. Sus argumentos son los siguientes: el turismo es una industria recreativa a disposición de las clases sociales pudientes de los países capitalistas, que no contribuye a la producción de productos básicos de consumo, ni de la industria pesada y tampoco produce un adelanto en las fuerzas de producción, al requerir servicios personales de poca especialización.

Un segundo argumento es que las inversiones requeridas sólo pueden ser solventadas por miembros de las clases sociales altas o por el gobierno, así como la tecnología y el conocimiento sólo pueden ser proveídos por un país desarrollado. Un tercer elemento es que los países subdesarrollados ofertan su folklorismo, su imagen de culturas primitivas pre-capitalistas y exóticas para comercializarse de manera novedosa y atractiva a los visitantes extranjeros, lo que conduce a mantener la situación de los grupos sociales marginados para conservar su atractividad. Un elemento más es la transmisión de pautas de consumo de los turistas extranjeros a las comunidades locales, influyendo en los gustos y hábitos en los nativos, por lo que califica al turismo de vehículo del imperialismo cultural. Desde esta perspectiva, el turismo es una industria que acentúa la desigualdad de los países subdesarrollados, tanto económica como culturalmente.

Un segundo trabajo que se inscribe en esta corriente, es el de Octavio Getino (1991) con su obra "Turismo y Desarrollo en América Latina", quien toma como marco de referencia para su explicación la posición de colonización y dependencia en la que queda ubicada Latinoamérica por la división internacional del trabajo, lo que marca una condición de deterioro de su entorno físico a partir de los procesos de industrialización y urbanización acaecidos; un proceso de desvaloración sociocultural como consecuencia de la conquista europea y posteriormente de re-descubrimiento cultural a través del turismo; y una carencia de capitales y recursos económicos para la puesta en valor de sus recursos turísticos que le condujeron, por una parte, al endeudamiento con la banca internacional, y por otra, a la dependencia de los capitales turísticos extranjeros.

El experto en comunicación social y desarrollo de la ONU, a través de un detallado análisis de las estadísticas del movimiento turístico y de sus efectos socioeconómicos, socioculturales y socioambientales en los países latinoamericanos, destaca la transnacionalización de los servicios turísticos mundiales y su capacidad para organizar circuitos y sistemas de flujos, destruir o construir espacios para la rentabilidad aún a costa de la destrucción de los recursos naturales, e instalar tipos de vida de los turistas en las comunidades receptoras. Afirma que el turismo transnacional apoyó la hegemonía de los poderosos intereses económicos, políticos y militares, particularmente estadounidenses.

Una de sus más importantes aportaciones fue la caracterización del modelo turístico seguido en América Latina: concentrado en el recurso playa-sol, con alta dependencia del turismo internacional receptivo, extremada explotación del recurso turístico existente, carente de medios para poner otros recursos turísticos en valor y falta de programas turísticos articulados, entre otros. No obstante lo anterior, concibe que el turismo sí puede ser un factor de desarrollo económico y social de los países pobres y marca la importancia de fomentar el turismo interno: "... el objetivo fundamental ya no sería la rentabilidad sino el bienestar y desarrollo integral de la sociedad. Por ello, la primera concepción que debe regir

al turismo nacional es la de que el mismo, como derecho de los individuos al conocimiento, a la comunicación con su contexto y a la recreación, constituye un recurso social indispensable para el desarrollo integral...” (Getino 1991: 166).

Esta corriente le da una concepción diferente al turismo, al considerarlo como un componente clave en las relaciones de desarrollo-subdesarrollo de los países latinoamericanos, aunque los trabajos presentados se muestran contrapuestos en su posición de si el turismo puede o no contribuir efectivamente al desarrollo.

A la postre, Ritzer (1993: 570-584) explica que, a finales de la década de los ochenta y principios de los noventa, ante el fin de la Guerra Fría y la caída del socialismo, por una parte, y la influencia de nuevas corrientes teóricas como el posestructuralismo y el posmodernismo, por otra, las corrientes neomarxistas cambian su orientación al rechazar las premisas básicas de la teoría original de Marx y tener que reconstruir los fundamentos de la teoría. Esta transformación dio origen a una nueva corriente teórico-explicativa denominada “posmarxismo”, que incorpora fundamentos, ideas y métodos de otras teorías, produciendo síntesis teóricas que dan origen a nuevos enfoques, como el marxismo analítico o el marxismo posmoderno.

John E. Roemer (1989) ha reunido los principales planteamientos del marxismo analítico, con los trabajos de G. A. Cohen, Jon Elster, Eric Olin Wrigth y de él mismo. El propósito de éste es integrar los planteamientos de la filosofía y metodología analítica de corte positivista, con la filosofía y teoría marxista. Su aportación metodológica es relevante al utilizar como herramientas de investigación las provenientes de la filosofía analítica, recurriendo a la lógica y a la matemática para elaborar esquemas, simplificaciones y modelos explicativos.

Con relación al marxismo posmoderno, la síntesis teórica ha provenido evidentemente con este último, pero partiendo de postulados básicos marxistas. Laclau y Chantal Mouffe con un trabajo de análisis ideológico, Jameson enfocado hacia la lógica cultural del capitalismo tardío y David Harvey interesado en el proceso de acumulación del capital y su caracterización en el fordismo y el

fordismo y el posfordismo, son algunos de los mejores representantes de este enfoque.

Como trabajos ilustrativos de la corriente posmarxista posmoderna aplicada al estudio del turismo, se cita el de Tomas Mazon (2001), quién realiza un esfuerzo de caracterización de los modelos fordista y posfordista en su obra “Sociología del Turismo”. Mazon, tras una revisión histórica de la evolución del turismo, refiere los problemas sociales de colonización e imperialismo señalados por autores como Jacques Bugnicourt, Mario Gaviria y Denison Nash, y hace una revisión de los cambios que ha presentado esta actividad en torno al papel de los tour operadores, a la aceptación del turismo por las comunidades receptoras – siguiendo la clasificación de Robert Languar -, a los motivos más importantes de la crisis del turismo a principios de los años noventa en España y a las condicionantes del desarrollo turístico de acuerdo a los ciclos de vida del producto.

Para caracterizar el modelo fordista del turismo, hace un interesante paralelismo entre las características de la revolución industrial y lo que él llama la “revolución turística”, las cuales siguen un patrón productivo, económico, sociodemográfico y cultural muy semejante, ambas ligadas al proceso de cambio de la modernidad. En este punto, el autor indica el cambio de valores en las sociedades del fin del siglo XX - las que pasan de un tercer a un cuarto estadio de modernidad - en el que se observa una transición de valores materialistas a post-materialistas en aquellas sociedades que han alcanzado altas cuotas de bienestar, dando paso a una valoración cada vez mayor de la calidad de vida, de la autoexpresión individual y de la protección del medio ambiente.

El turismo, entonces, al igual que otras formas de expresión del ocio, se encuentra en una etapa de coexistencia entre un modelo fordista y uno posfordista, en el que el “paquete turístico” masificado y monoprodutor (sol y playa) de la primera etapa aún es consumido por algunos mercados de reciente inclusión al capitalismo globalizador, como los de Europa Oriental; en tanto que el turismo experimentado rechaza el turismo masivo y se vuelve más heterogéneo, más fragmentado y menos estandarizado.

Los cambios en la demanda turística –



refiere el autor – han obligado a modificar las estrategias de los tour operadores y a recualificar la oferta de la industria turística, dando lugar al nacimiento de nuevas agencias que respondan más rápidamente a la nueva demanda; así también, se han incorporado nuevos destinos emergentes, siendo lo más significativo que “...el descubrimiento de nuevos destinos turísticos no es un fenómeno que esté ligado a unos lugares concretos, tal y como sucedía tiempo atrás, sino que todos los espacios, actividades sociales y acontecimientos históricos y culturales pueden ser objetivo de la insaciable mirada turística, ...” (Mazon 2001: 230).

El discurso de Mazon refleja claramente un nuevo tratamiento en el estudio crítico del turismo, ya que se asume que los efectos negativos del turismo han obedecido más a la práctica de un modelo masificado que a la esencia del propio fenómeno.

Se conocen dos trabajos posmarxistas más, el de Alvarez Sousa, que es una investigación sobre el ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas al estilo del marxismo analítico, y el de Osorio, que elabora un estudio territorial sobre el capital de los servicios de alojamiento, cuyas exposiciones se incluyen en el último apartado de este documento para su mejor análisis metodológico.

Como hemos visto a lo largo de esta revisión, la teoría marxista sigue alimentando las explicaciones científicas sobre la realidad social, y aunque su propuesta teórica-metodológica ha sufrido transformaciones, continúa recurriéndose a ella desde los distintos campos de las ciencias sociales. Más aún, Massé (2001), siguiendo los trabajos de Zimmelman, reivindica la posición epistemológica del materialismo histórico dialéctico y lo postula como método alternativo para la investigación científica transdisciplinaria o metadisciplinaria.

En lo referente a los trabajos realizados sobre el turismo, han ido modificándose los objetos particulares de estudio, así como las concepciones teóricas sobre este fenómeno, derivados tanto de los distintos marcos explicativos de las corrientes marxistas, como de las transformaciones que el propio fenómeno ha presentado en la realidad. Una de los objetos más abordados desde principios del siglo XX ha sido el ocio, el

cual se ha analizado como expresión alienante del tiempo libre, del trabajo, del consumo y de la industria cultural. El turismo como tal, es estudiado por esta corriente de manera posterior, a partir de la segunda mitad del siglo XX, siendo concebido como un medio de colonización económica y cultural, un instrumento del subdesarrollo y un modelo productivo en proceso de transformación a consecuencia de la globalización y de la posmodernidad.

Una vez realizado un primer reconocimiento sobre las aportaciones hechas desde este eje teórico al estudio del turismo, resultaría incompleta su exposición si obviáramos un punto central de su edificación teórica: ¿cómo se construyen éstos objetos de estudio? cuál es el proceso metodológico que permite arribar a estas explicaciones sobre el fenómeno turístico y que confiere una forma particular de entender su realidad? Un primer esfuerzo por contestar a estas interrogantes es lo que da paso al segundo apartado de este documento.

#### *Construcción del objeto de estudio del turismo desde la perspectiva materialista crítica*

Cuando Marx planteaba que la estructura económica era la "base real" de la sociedad, indicaba que las relaciones de producción apreciables por los sentidos presentan una realidad material inmediata que el entendimiento integra en el pensamiento como representaciones simples, por medio de la abstracción. Este acto se traduce en que, a partir de la realidad objetiva, la materialidad se despoja de su presencia para que en un acto de reflexión se descubra la esencia de las cosas. El entendimiento de esta esencia trasciende lo inmediato y permite identificar generalizaciones abstractas llamadas "categorías" (Sève, en Marx 1977: 13).

Un principio fundamental del pensamiento marxista consiste en que el mundo material de la sociedad es sujeto de un constante cambio, de hecho las relaciones de producción están sujetas a la evolución permanente de las fuerzas productivas, por lo que las generalizaciones abstractas de la realidad se encuentran sujetas a condiciones históricas determinadas por la evolución social. Es así como las categorías abs-

tractas adquieren un valor concreto en virtud de circunstancias históricas particulares. En este sentido, el materialismo entiende a la realidad social como un proceso histórico.

El identificar la esencia de las cosas por medio de la abstracción, implica necesariamente remitirse a un plano fenomenológico que la filosofía ha estudiado a través de la dialéctica. Con base en los principios hegelianos del devenir y de la contradicción, Marx y Engels fundamentan la razón del conflicto de clases sociales como la contradicción inherente a la realidad histórica. El constante cambio de la realidad social producto de la interacción de las clases implica una interacción de fuerzas que entran en contradicción hasta alcanzar un nuevo estado de desarrollo. Este proceso queda expresado en el método dialéctico que permite ir de la realidad sensible inmediata a las generalidades abstractas, mediante un análisis crítico que identifica las contradicciones generadas en su devenir, obteniendo así la conexión entre lo concreto y lo abstracto en un movimiento constante. El movimiento dialéctico constituye la esencia del método cuyos tres grandes momentos se identifican como: la tesis (la percepción de lo concreto), la antítesis (la negación de su esencia: la contradicción) y la síntesis (la concreción en un mayor nivel de abstracción dado por la solución de sus contradicciones).

Se concibe así al materialismo como método de investigación científica y se caracteriza como fenomenológico porque estudia la esencia de las cosas, empírico porque parte de la realidad social concreta, dialéctico porque analiza la abstracción y la contradicción e histórico porque revisa su transformación en el devenir.

Entonces ¿cómo se construyen los objetos de estudio del materialismo? El objeto de estudio— dice Massé (2001: 77) — es la construcción del conocimiento a partir de la relación dialéctica entre el sujeto y el objeto mismo, entre el pensamiento subjetivo y el objeto material concreto. Esto es, el investigador tiene que partir de la realidad social concreta, del mundo material en un momento históricamente dado y elegir el hecho histórico que será objeto de estudio para iniciar caracterizando su presencia y, por medio de la abstracción (manejo crítico

de categorías y conceptos provenientes incluso de diversas disciplinas), definir su esencia. Pero ¿cómo distinguir su esencia?

Marx inicia este proceso en la obra de *El Capital* (1964), describiendo la utilidad de las cosas, es decir, describiendo el valor de uso de los objetos. Todo objeto útil se analiza atendiendo al nivel de satisfacción que proporcione a las necesidades sociales en términos cuantitativos y cualitativos, dependiendo de las modalidades históricas de uso. Esta apreciación es la que captan los sentidos como reflejo de la realidad inmediata. Esta es la presencia de las cosas.

Cuando Marx distingue que los valores de uso contienen la riqueza material de la sociedad y que su consumo implica la consideración de un valor de cambio, descubre que los valores de uso son producto del trabajo y en ello reside su transformación como mercancías. Con este análisis alcanza un primer nivel de abstracción al pasar del objeto concreto como valor de uso, al objeto concreto como valor de cambio. Ha distinguido la esencia de la realidad en una materialidad concreta y ha anotado una primera categoría general: el trabajo.

Detallando el proceso antes descrito se pueden diferenciar los siguientes pasos (cfr. Monterroso 1995; Sève en Marx 1977; y Bravo 1982):

#### 1.- *Método Materialista Histórico Dialéctico*

- Se determina el uso del objeto concreto de estudio. Se distingue su utilidad.
- Se describen los usos que tiene y las condiciones sociales que lo caracterizan.
- Se identifica como se fueron determinando esos usos históricamente.
- Se distingue como se determina la materialidad en cuanto a calidad y cantidad de usos.

#### 2.- *Método Materialista Histórico Dialéctico*

- Se verifican sus posibilidades de cambio.
- Se determina su valor de cambio, entendido como el intercambio de esas cantidades con otras cantidades.
- Se analizan relaciones de cantidades en función de lugares, medios, etc., ya que el valor de cambio aparece con esas relaciones.
- Se analizan relaciones de cantidades en función de de lugares, medios,

etc., ya que el valor de cambio aparece con esas relaciones.

- Se analiza cuántas relaciones y de qué tipo se generan.
- Cuándo aparecieron históricamente y bajo qué condiciones.
- Se identifican las contradicciones que se han producido y la forma en que la evolución histórica las ha resuelto.

### 3.- *Método materialista histórico Dialéctico*

- Se analizan las condiciones que había para el proceso.
- Cuándo aparecieron esas condiciones.
- Cómo y dónde se manifiestan.
- Qué cambios sociales se producen.

Estos niveles de análisis se siguen sucediendo en un movimiento entre lo concreto y abstracto y se va profundizando en el grado de abstracción de la realidad hasta llegar al momento de la síntesis del método dialéctico. Cada nivel de análisis se alcanza con la aplicación de las categorías elegidas o generadas para la producción de conocimiento, tales como el trabajo, la plusvalía, la dinámica de acumulación, los tipos de capital, las relaciones de clase, etc. como categorías explicativas de una evolución histórica particular. Es importante aclarar que el fraccionamiento metodológico que se presenta sólo obedece a una intención didáctica, puesto que el ejercicio intelectual de la abstracción puede efectuarse en una sola fase, incluso en un mismo esfuerzo explicativo de los valores de uso y de cambio articulados con la evolución de las condiciones sociales.

Es importante dejar anotado que el movimiento dialéctico parte de lo concreto y termina en lo concreto, es decir, parte de la realidad social inmediata - de lo concreto - y finaliza su explicación sobre las estructuras y funcionamiento de una realidad social - en lo concreto

Las aportaciones realizadas por la escuela crítica, la sociología económica y las corrientes posmarxistas han corregido las formas iniciales de estudiar los valores de uso y de cambio de las mercancías, particularmente de la fuerza de trabajo. En una exhaustiva revisión de la teoría marxista, tras analizar detenidamente la concepción de la fuerza de trabajo, Harvey (1990: 448-

453) refiere una de las mayores debilidades de la teoría clásica: “si bien la fuerza de trabajo es una mercancía, el trabajador no lo es”. Los capitalistas no tienen un control directo sobre las condiciones de producción y reproducción de las relaciones sociales de la fuerza de trabajo, puesto que esas condiciones forman parte de la vida misma...” aunque los trabajadores son susceptibles a toda clase de influencias de las instituciones y la cultura burguesa, al final nada puede subvertir el control que ejercen sobre ciertos procesos muy básicos de su propia reproducción. Sus vidas, su cultura y, sobre todo, sus hijos, son algo que ellos deben reproducir.”

Bajo esta consideración, el citado autor nos traslada del estudio de la reproducción del capital al estudio de la reproducción de la vida que vive el trabajador. El objeto de atención del materialismo, no puede limitarse a concebir la fuerza de trabajo como mercancía, ni al trabajo como el acto de autoproducción de la especie humana (como lo declaró Habermas 1980: 51) debe comprender los procesos de socialización e instrucción que forman la capacidad de trabajo del sujeto que decide venderla y las condiciones, intereses, deseos y capacidad de inversión y producción de quienes deciden comprarla. La relación entre la compra y venta de la fuerza de trabajo bajo el capitalismo es una relación compleja, sujeta a la dinámica de las relaciones de clase, a las alianzas, la identidad y la conciencia de los sujetos en un devenir histórico geográfico dado.

En la medida que se inicia el análisis del devenir histórico y de las relaciones y procesos particulares de un objeto en estudio, se puede emprender la crítica dialéctica al conocer la forma en que la reproducción del capital y la reproducción de la vida mantienen su unidad relativa y, al mismo tiempo, se manifiestan sus contradicciones específicas. Este quehacer conduce a entender la estructura y el funcionamiento del objeto material y con ello la lógica de su desarrollo y las condiciones de su futura existencia histórica.

En el epílogo de su obra, Harvey (1990: 452) refiere que la reconstrucción categorial marxista (fuerza de trabajo, plusvalía, capital, lucha de clases, etc.) permite crear un elaborado aparato conceptual para forjar

nuevas interpretaciones sobre ciertos aspectos de la transformación social, precisando algunas de las posibles vetas de estudio: "Podemos explicar como premisa general porqué el cambio tecnológico y de organización y las reorganizaciones geográficas dentro de la división espacial del trabajo son socialmente necesarias para la supervivencia del capitalismo. Podemos entender las contradicciones que llevan estos procesos y mostrar cómo se manifiestan estas contradicciones dentro de la geografía histórica del desarrollo capitalista tan propensa a las crisis. Podemos entender cómo se forman nuevas configuraciones y alianzas de clase, cómo se pueden expresar como configuraciones territoriales y degenerar en rivalidades ... Este es el tipo de ideas que nos puede dar la teoría".

Así también, el marxismo posmoderno ha incorporado nuevos criterios metodológicos: el tratamiento de la diferencia, la "otredad" y la dimensión histórico geográfica como elementos inherentes al análisis dialéctico del cambio social; y diferentes objetos de estudio: la producción de imágenes y de discursos como parte de la reproducción y transformación de cualquier orden simbólico (por ejemplo, el estudio de la estética y de los patrones culturales). Estos criterios y objetos se presentan como las actuales tendencias de investigación del materialismo histórico (Harvey 1998: 387).

Como quedó establecido, para el estudio de un objeto hay que analizar su presencia y su esencia, su valor de uso y de cambio, identificando sus relaciones y su proceso histórico. A continuación se presentarán algunos elementos conceptuales y metodológicos que intentan ilustrar el camino para llevar a cabo la construcción del objeto de estudio del turismo.

La realidad inmediata nos indica que el turismo consiste en un desplazamiento temporal de personas hacia un lugar diferente de su residencia habitual, si consideramos que el desplazamiento geográfico, el desplazamiento de un sitio a otro, es lo que le otorga ese carácter, entonces se propone iniciar el primer nivel de análisis considerando al viaje como la manifestación empírica de la realidad concreta.

Históricamente, el viaje ha sido una práctica de las diferentes civilizaciones antiguas, modernas y posmodernas. Los

viajes han sido motivo de perfeccionamiento de los medios de producción relacionados con el desplazamiento. Durante los modos de producción esclavista y feudalista, los motivos de los viajes fueron de distinto carácter. Al evolucionar los grandes imperios, se registran los viajes en el mundo helénico para disfrutar de las playas o de las aguas con propiedades curativas, o para presenciar las competencias deportivas en Olimpia en el siglo VIII a.C., así como los viajes de intercambio comercial entre distintas ciudades del vasto imperio romano y del antiguo imperio Chino (De la Torre Padilla 1981: 11).

Posteriormente fueron las familias nobles del medioevo las que comandaron los viajes por motivos comerciales, de conquista y religiosos, éstos últimos de peregrinos cristianos, musulmanes, hindúes y budistas.

Sin embargo, es el modo de producción capitalista el que cambia los motivos del viaje, al modificarse la sociedad y sus formas de organización. Así como la urbanización y la industrialización son fenómenos que surgen por la nueva forma de producción basada en el capital, el turismo es un fenómeno que surge como resultado del desarrollo de las fuerzas productivas. Retomando los planteamientos teóricos de la teoría neomarxista, se reconoce que el trabajo es una de las principales categorías de análisis que explican la transformación social. Lo que caracteriza al modo de producción capitalista es la venta de la fuerza de trabajo como mercancía para la producción de plusvalía y la generación de capital. El trabajador tiene que cumplir una jornada laboral por la que recibe un salario para cubrir las necesidades de su existencia. En la medida que históricamente se fueron adquiriendo ciertos derechos laborales, la jornada se reduce en forma paulatina a cierto número de horas y días del tiempo de vida. El "no trabajo" comprende actividades diferentes a las productivas, tales como alimentarse, descansar, estudiar y viajar, entre otras. De éstas hay que distinguir las que son necesarias para la supervivencia, tales como las dos primeras, de aquéllas que son necesarias para el desarrollo social, tales como las dos siguientes.

Desde la dimensión de lo temporal, Frederic Munné (1984: 25) refiere que para

Marx el tiempo libre es la contraposición del tiempo de trabajo; en aquél, el trabajador se recupera de las energías perdidas durante la jornada laboral, teniendo la opción de dedicarse al ocio. Según Dumazetier (citado por Alvarez 1994: 17) el descanso, la diversión y el desarrollo de la personalidad son las funciones del ocio, por lo que se asume que posibilita un momento para la creatividad humana y la transformación de las fuerzas productivas. La actividad turística es una de las actividades que el individuo practica como forma de ocio durante el tiempo de no trabajo. El ocio turístico es, entonces, la esencia del viaje.

¿Cuáles son los valores de uso y de cambio del ocio turístico? Los turistas se movilizan hacia un destino para satisfacer una necesidad recreativa. Al desplazarse a un lugar distinto al de su hábitat, se suscita una ruptura con lo cotidiano y se incursiona en un espacio diferente, en éste se hace uso de un atractivo turístico a través de la contemplación o del juego, lo que produce una experiencia lúdica y, en ocasiones, educativa. Autores como Lafargue, Mills (1973), Dufour (1978) y Jafari (1989), han insistido en la capacidad liberadora del ocio, al presentarse como desalienante del trabajo y facilitador de la mitificación de la vida (la vivencia de lo no-racional). En contraposición, la escuela crítica postuló la capacidad alienante del ocio al interpretarlo como un elemento de control social de los individuos por parte de los intereses del Estado y del gran capital. De este lado se encuentran los ya comentados trabajos de Veblen, Marcuse, Adorno, Fromm, Friedmann, Tourine, Turner y Ash.

El acto de consumo que se realiza en la práctica del ocio turístico conduce a la consideración de su valor de cambio, es decir, a su papel como mercancía, y de este modo entra a formar parte de un proceso productivo y de acumulación capitalistas. Lo que revela su presencia a lo largo de la segunda mitad del siglo XX, es que el turismo ha manifestado un crecimiento constante en la obtención de ingresos económicos a nivel mundial, de hecho al finalizar el siglo XX se manifestó como el subsector económico de mayor ingreso en el rubro de exportaciones (OMT 1999: 212). Este subsector en su conjunto ofrece un comportamiento macroeconómico dentro de las cuentas nacionales de

casi todos los países del mundo, medido por su contribución a la balanza de pagos, al producto interno bruto y a la población económicamente activa. Su capacidad de generación de empleo es particularmente resaltada como parte de las ventajas inherentes a la actividad.

En esta lógica, el turismo se entiende como un mercado que se integra por dos elementos agregados: una oferta y una demanda. La oferta se constituye por el empleo y uso de una serie de atractivos (naturales, culturales, actividades y eventos) y de servicios (infraestructura y estructura) que en su conjunto componen el llamado producto turístico. La demanda se constituye por la corriente de visitantes que hacen uso del producto, aquellos que al efectuar la práctica del ocio turístico ejecutan el acto de consumo, produciendo un entramado de acciones económicas e interrelaciones diversas. El consumo turístico genera una renta y un conjunto de actos consuntivos de servicios específicos como el alojamiento, la alimentación, el transporte, los recreativos y de esparcimiento, los de información y comunicación y la venta de artículos y manufacturas diversas. Los tres primeros se consideran como de consumo básico, aunque no exclusivamente de consumo turístico (Figuerola 1985: 40). Los servicios mencionados se constituyen en actividades económicas que el turista encadena conformando un proceso productivo, según explica Hiernaux (s/f), cuyo núcleo aglutinador es la transportación y el alojamiento.

Históricamente, el mercado turístico ha tenido distintos "procesos productivos", definidos por las condiciones de la oferta y la demanda. Desde la década de los años 1960, se conforma una industria turística integrada por diferentes tipos de compañías y organizaciones que han promovido el consumo de los productos turísticos, orientando el mercado de los viajes e imponiendo patrones de consumo, con el propósito de maximizar la ganancia, como racionalidad inherente del capitalismo. Las formas y condiciones particulares en que se ha manifestado el turismo como proceso productivo capitalista y su capacidad de generar valor en el tiempo y el espacio, nos permiten conocer su esencia como valor de cambio.

Precisamente en este punto surge el cuestionamiento de si el turismo se puede

concebir como una mercancía capaz de generar valor y, en cuyo caso, cómo se explica su proceso de valoración siendo básicamente un servicio. En este sentido, es necesario tener presente que el turismo es una comercialización de un conjunto de mercancías creadas con antelación a su venta como servicio (cfr. Osorio 1994). Para los servicios de alojamiento, como es el caso de los hoteles, la mercancía que se produce es el inmueble que repetidamente vende el uso de las habitaciones por parte de los consumidores llamados turistas. Los servicios de transportación venden el servicio de traslado que se cobra por el uso de la mercancía avión, autobús, barco o ferrocarril. Bajo este concepto el consumo turístico, es un tipo particular de consumo de varias mercancías que son producidas en los distintos sectores y comercializadas para su uso dentro del subsector turístico. Este consumo se caracteriza porque el turista compra el derecho a su uso, como es el caso del alojamiento y la transportación, no a su propiedad. Desde esta concepción, podemos entender que el negocio del turismo depende no solo del tipo y calidad del servicio que se otorgue, sino de aquéllas mercancías que estén creadas o construidas para su posible utilización.

Son muchos los autores que han expuesto la potencialidad del turismo como factor de desarrollo económico y fomentado su producción en todos los ámbitos del orbe (ver las referencias que anota Jafari (1994), y de manera ilustrativa la posición de Lickorish (1994), de Jenkins y Lickorish (1997) y de la OMT 1998). Del lado de la crítica del desarrollo económico turístico se cita, entre otros, a Turner y Ash, Toti, Racionero, Lee, Getino y Mazon.

A partir de la perspectiva materialista, podemos empezar a caracterizar las formas y vinculaciones históricas del valor de uso y de cambio que ha tenido el turismo de acuerdo a las condiciones geográficas, económicas, políticas y sociales que han prevalecido en cada lugar, tarea que implica una interesante y basta labor para los estudiosos del turismo.

A manera de ejemplo, se presentan dos investigaciones post marxistas que ilustran las potencialidades explicativas sobre la transformación social a partir del estudio del turismo. Estas investigaciones constru-

yen su objeto de estudio en un ejercicio histórico dialéctico, describiendo las condiciones de uso y de cambio del objeto particular e identificando sus contradicciones inherentes.

La primera investigación es la referida a la transformación del ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas de Antonio Alvarez (1994), quien realiza un interesante análisis en los niveles macro y microsociológico. A nivel macro, estudia la demanda turística de los españoles comparada con la de otros países de la Comunidad Europea y los cambios de los distintos parámetros del viaje turístico en la década de los años 80. Para ello parte de distintas teorías sobre la estructura y el cambio social, fundamentándose en Rostow, Lenski, Bell y Tourine. A la manera del marxismo analítico, construye distintos indicadores para medir las dimensiones de la estructura de la sociedad recurriendo al concepto de parámetro de P. Blau.

En su conclusión, el autor afirma que la estructura socioeconómica está condicionando el viaje turístico de los distintos países y los agrupa en dos tipos:

a) Aquellos países para los que el turismo es una forma de ocio que sirve como elemento de liberación-disfrute y formación personal-cultural para la mayoría de la población. Esto correspondería con los países del Centro-Norte de la Comunidad Europea, los países más desarrollados, donde el ocio constituye una actividad importante.

b) Aquellos países para los cuales el turismo es una forma de ocio que se está negando a sí misma al convertirse en negocio, y para los que el turismo más que para ampliar horizontes culturales sirve para comercializar los elementos peculiares de su cultura. Solo un porcentaje minoritario – en comparación con el grupo anterior – tiene acceso a la realización del viaje turístico. Son los países del sur de Europa” (Alvarez 1994: 129).

En su análisis microsociológico, cubriendo el estudio de las relaciones de clase, la identidad y la conciencia de los sujetos en un devenir histórico geográfico dado, empieza por describir la evolución del consumo turístico de los españoles y el cambio social

a través de una revisión de distintos parámetros del viaje turístico, utilizando una técnica de significatividad de la diferencia de proporciones para distintos años de la década de los ochenta. Una vez realizada esta caracterización, por medio de un detallado estudio del status social, las condiciones de existencia y los estilos de vida (identificados por la pertenencia de los sujetos a determinados grupos sociales a través de variables como el género, la edad, el hábitat, la situación familiar, la clase social, la profesión y el nivel de estudios, entre otros), elabora una correlación para asociar la desigualdad social y las pautas de consumo turístico.

Es relevante mencionar que para definir los factores que condicionan el status y la pertenencia al grupo social, el autor se fundamenta en las teorías de Linton, Bordieu y Blau, que representan paradigmas epistemológicos diferentes, lo que da muestra de un tratamiento transdisciplinario como lo describe Massé (2001: 79): captar lo real por las categorías y conceptos de constructos teóricos ya construidos, sin sujetarse a los límites de estructuras teóricas preestablecidas.

Las conclusiones a las que llega se muestran significativas respecto a la estratificación social: el aumento del bienestar material se traduce en un mayor acceso de ciudadanos al viaje turístico, pero el distinto status social y las condiciones de su existencia, provocan diferencias en el viaje turístico y la configuración de distintos tipos de turistas. Esto se traduce en que no se genera una nivelación social (material), el tipo de turismo que se realiza marca las diferencias de clase: “Resumiendo, la sociedad actual necesita extender el consumo turístico a todos los estratos sociales, necesidad que, siguiendo a Keynes, viene dada por imperativo del sistema, pero tal extensión no borra la diferenciación, sino que ésta sigue subsistiendo mediante el tipo de turismo a realizar. El ocio sigue siendo un campo de diferenciación, donde entramos todos, pero los distintos comportamientos, abonados de distinto modo, florecen de distinta forma, marcando las diferencias” (Alvarez 1994: 334).

Siguiendo el método histórico dialéctico, una vez detallado el objeto de estudio (ocio turístico) en una realidad histórica concreta

(España en la década de los años ochenta), habiendo analizado sus condiciones sociales, sus relaciones de clase y su proceso de transformación con el instrumental categorial proveído por distintas posturas teóricas, en un camino dialéctico entre lo abstracto y lo concreto, entre la presencia y la esencia, el autor dilucida la contradicción inherente al ocio turístico: “En este campo se juntan así alineación y liberación al mismo tiempo. Liberación de la rutina diaria y alineación en cuanto sometimientos a una constricción social que nos obliga a actuar y nos marca el camino, las necesidades y las posibilidades...Esta liberación y alineación al mismo tiempo, nos puede parecer contradictoria a primera vista; sin embargo, si atendemos a los principios en que Horkheimer y Adorno fundamentan la Teoría Crítica, tal contradicción no es algo debido a nuestro análisis, sino que es interna a la propia realidad social y es tarea del sociólogo tratar de descubrirla” (Alvarez 1994: 335).

A continuación se hará referencia al valor de cambio del turismo a través de un análisis sobre los servicios de alojamiento en Quintana Roo, México, a lo largo de prácticamente dos décadas, de 1970 a 1988 (Osorio 2003).

Siguiendo la línea de los estudios posmarxistas posmodernos, esta investigación retoma la explicación de Harvey (1998: 200-207) sobre los rasgos fundamentales del modo de producción capitalista que siguen en pie: la necesidad de un ritmo constante de crecimiento para la acumulación del capital, la dependencia de ese crecimiento de la explotación de la fuerza de trabajo en la producción y el necesario dinamismo en las empresas de los niveles tecnológico y organizativo.

Este autor afirma que la ausencia de crecimiento es la razón que produce las fases de crisis del capitalismo, tendencia a la que denomina hiper-acumulación, la cual es una manifestación constante de este modo productivo. Sus formas de expresión han permitido distinguir tres opciones (Harvey 1998: 205) que facilitan su conducción hacia la reactivación del crecimiento capitalista:

1. La devaluación de las mercancías, de la capacidad productiva, del dinero,...

2. El control macroeconómico, a través de la institucionalización de algún sistema de regulación...

3. La absorción de la hiper-acumulación a través de un desplazamiento temporal y espacial...

Harvey argumenta que durante el largo período de posguerra, el régimen fordista de acumulación resolvió el problema de la hiper-acumulación fundamentalmente a través de la tercera forma: del desplazamiento espacial y temporal, pero en los primeros años de la década de los setenta, se mostró cada vez menos eficaz para sostener el crecimiento, lo que propició el cambio a un régimen posfordista. Se afirma que a pesar del cambio existen continuidades entre un régimen y otro, pero particularmente en el régimen posfordista la flexibilización temporal y geográfica encuentra renovadas formas para sostener el crecimiento de la rentabilidad en una lógica de acumulación del capital que fundamentalmente no ha cambiado. (Harvey 1998: 208-222; Ritzer 1993: 579)

El estudio de los servicios de alojamiento que se presenta en el artículo, justamente analiza cómo el desplazamiento espacial y temporal del capital invertido en esta rama económica, sirve de opción al capitalismo para contrarrestar en un corto periodo la hiper-acumulación que se produce en ella, poniendo atención en la inversión, la rentabilidad y la explotación de la fuerza de trabajo. El modelo teórico aplicado muestra que el aceleramiento de la rotación comercial de los servicios de alojamiento ocurrido en Quintana Roo y el incremento de la tasa de plusvalía, conjugados con rentas diferenciales originadas por la intervención del estado, fueron las variables determinantes en la elevación de la tasa de ganancia y en la obtención de mayores volúmenes de plusvalía, factores que lograron contrarrestar temporal y espacialmente la disminución de la rentabilidad, sin embargo, no lograron detenerla, comportamiento que confirma los planteamientos de Harvey.

Para tal demostración, se empleó como soporte las teorías explicativas del capitalismo y de sus formas de acumulación territorial, ubicándose dentro del enfoque regional de la teoría espacial de concepción crítica

y fundamentándose en los planteamientos de Lipietz, Coraggio, Liberman, Iracheta, Rodríguez, De Mattos, Pradilla y el mismo Harvey (citados en Osorio 1993 y 2003). En el estudio se procesaron varios indicadores para medir el movimiento regional de la acumulación del capital: capital variable, capital constante, valor de la plusvalía reproducida, tasa de plusvalía, composición orgánica, rotación del capital y tasa de ganancia.

La investigación concluye demostrando que la región sureste de Quintana Roo, región de un mercado eminentemente turístico de demanda internacional, fue la región más favorecida con las políticas federales de inversión: "A principios del período de estudio solo destacaba su concentración de capital promedio por establecimiento, el cual, en su conjunto, resultaba poco significativo en el ámbito nacional. Para 1975, apareció ya con una posición muy destacada con relación al resto del país, convirtiéndose en la región más rentable en la acumulación para 1980. Esta circunstancia queda explicada debido al financiamiento público de la infraestructura y los servicios y al crédito inmobiliario otorgado, con los cuales quedó sesgadamente sectorizada la economía y las fuentes de empleo hacia la terciarización. La migración que se produjo en la región ante este proceso de acumulación creó un mercado de mano de obra que permitió reducir los salarios paulatinamente, elevando los niveles de plusvalía y obteniendo altos montos de capital dinero y una acelerada rotación del capital. Sin embargo, el peso del valor del capital constante, la elevación de la composición orgánica, y la falta de sostenimiento de la tasa de plusvalía provocaron su precipitado descenso." (Osorio 2003: en edición)

El énfasis que se imprime en esta investigación es el del estudio de las formas (inversión y fuerza de trabajo) y condiciones particulares (posfordismo) de uno de los servicios turísticos que forman parte del proceso productivo capitalista (el alojamiento) y su capacidad de generar valor (rentabilidad) en el tiempo y el espacio (Estado de Quintana Roo de 1970 a 1988).

El análisis del valor de cambio del turismo en este estudio, recobra la importancia de un estudio crítico sobre el desarrollo turístico: "si bien es cierto que el estado (de



Quintana Roo) fue uno de los que generó en promedio por establecimiento (de alojamiento) el mayor número de empleos, no hay que perder de vista el elevado monto de inversión pública que recibió, lo cual implicó que el costo de generar estos empleos fuera significativo para el país.”

Como quedó anotado con antelación, el estudio prueba la consistencia de las explicaciones de Harvey sobre la lógica temporal y espacial de la hiper-acumulación, mostrando las contradicciones que se generan por el desarrollo económico del turismo: de las regiones turísticas del país identificadas en el periodo, ésta fue la que obtuvo los mayores niveles de rentabilidad y las menores oportunidades de lograr un desarrollo integral, en función de su alejamiento de las zonas de abasto nacionales, su dependencia de los "subsídios públicos" federales para la creación de infraestructura y dotación de servicios, y de su bajo nivel en la calidad de vida. Los desequilibrios económicos fueron aún más visibles que en cualquier otra región turística en México y las necesidades de desarrollo social quedaron subordinadas a la lógica de acumulación capitalista de esta rama económica.

### Comentario final

Como se puede observar, el materialismo histórico dialéctico con sus más recientes transformaciones, nos proporciona un instrumental categorial y metodológico eficaz para explicar el comportamiento del fenómeno turístico, el analizarlo a un mayor nivel de abstracción, revela otra perspectiva sobre la transformación espacio-temporal que está presentando la complejidad del turismo.

Los trabajos realizados recientemente sobre la caracterización de los modelos turísticos fordista y posfordista, aportan elementos de comprensión sobre los cambios en los flujos de las corrientes de viajeros, en la instrumentación de distintas estrategias políticas, en las formas de participación de las comunidades receptoras, en la creación y re-creación de nuevos productos turísticos, en la adopción de sistemas de valores posmodernos, por citar algunos, lo que a su vez está influyendo en las nuevas configuraciones económicas, geográficas, sociales y culturales del ámbito internacional. Un

excelente ejemplo de este tipo de análisis lo ofrece J. Böröcz (1996), quien realiza un estudio de las relaciones entre el turismo internacional y los determinantes económicos del sistema mundial en su obra "Leisure Migration: A Sociological Study on Tourism", centrado en los flujos turísticos de Austria y Hungría.

Sin duda, las propuestas teórico-metodológicas derivadas de los paradigmas científicos del positivismo y la hermenéutica, así como las síntesis teóricas que se han dado entre éstas, ofrecen una gran riqueza para generar explicaciones veraces sobre la realidad, pero se comparte con Harvey la idea de que una perspectiva materialista puede continuar aportando en la construcción del conocimiento científico y, en este caso, en la construcción del objeto de estudio del turismo.

### Bibliografía

- Alvarez Sousa, Antonio  
1994 *El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas*. Barcelona: Arakos.
- Arakos, Julio  
s/f El paraíso...¿perdido? Sobre algunas teorías del turismo. Ministerio de Turismo del Gobierno Español, Documento mimeografiado
- Böröcz, József  
1996 *Leisure Migration: A Sociological Study on Tourism*. Pergamon Press, The State University of New Jersey Rutgers, EEUU
- Bottomore, Tom  
1988 *Marxismo y sociología en Bottomore, Tom y Nisbet Robert Historia del Análisis Sociológico*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- De la Torre Padilla, Oscar  
1981 *El turismo fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Dufour, R.  
1978 "Des mythes du loisir/tourisme. Weekend: Alienation ou liberation?" en *Les Cahiers du Tourisme*, París: Centre des Hautes Etudes Touristiques.
- Figuerola Palomo, Manuel  
1985 *La economía del turismo*. Madrid: Alianza Universidad
- Getino, Octavio  
1991 *Turismo y desarrollo en América Latina*. México: Limusa.

- Gutiérrez Pantoja, Gabriel  
1984 *Metodología de las ciencias sociales*. México: Harla.
- 1998 *Metodología de las Ciencias Sociales II*. México: Oxford University Press.
- Habermas, Jürgen  
1980 *Conocimiento e interés*. Madrid: Taurus.
- Harvey, David  
1990 *Los límites del capitalismo y la teoría marxista*. México: F.C.E.
- 1998 *La condición de la posmodernidad*. Argentina: Amorrortu.
- Hiernaux, Nicolas  
s/f, El turismo y la absorción de la fuerza de trabajo. México: Documento mimeografiado.
- Jafari, Jafar  
1989 "Modelos de turismo: los aspectos socioculturales", *Antropologies* 2(1): 31-38
- 1994 "La cientifización del turismo". *Estudios y Perspectivas del Turismo* 3(1): 7-36
- Jenkins, Carson L. y Lickorish, Leonard  
1997 *Una introducción al turismo*. Madrid: Síntesis.
- Lafargue, Paul  
1970 *El derecho a la pereza*. México: Grijalbo.
- Lee, Rosemary  
s/f La comercialización del turismo internacional. Documento mimeografiado
- Lickorish, Leonard  
1994 *Desarrollo de destinos turísticos*. México: Diana.
- Mazon, Tomás  
2001 *Sociología del turismo*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.
- Marx, Carlos  
1964 *El capital: crítica de la economía política*. México: F.C.E.
- Marx, Carlos et al.  
1977 *Textos sobre el método de la Ciencia Económica*. México: Roca.
- Masse Narváez, Carlos  
2001 "Del positivismo disciplinario y el racionalismo crítico a la epistemología dialéctica crítica con base en la totalidad, como método alternativo de investigación científica". *Cinta de Moebio*, (11): 70-83
- Monterroso Salvatierra, Neptalí  
1995 Apuntes del Curso de Metodología Avanzada. Toluca: Documento mimeografiado.
- 2000 "Propuesta metodológica para organizar la producción teórica sobre el turismo" en *Investigación Turística*: 87-107
- Munne, Frederic  
1984 *Psicosociología del tiempo libre*. México: Trillas.
- Organización Mundial del Turismo  
1998 *Introducción al turismo*. Madrid: OMT.
- 1999 *International tourism: a global perspective*. World Tourism Organization and WTO. Madrid: Education Network.
- Osorio García, Maribel  
1993 La acumulación del capital de los servicios de alojamiento en México y su distribución territorial, 1970 - 1985. Documento mimeografiado. Tesis de Maestría
- 2003 "Inversión, rentabilidad y fuerza de trabajo en los servicios de alojamiento en el Estado de Quintana Roo, México (1970-1988)". *Revista Mexicana del Caribe*, Año VII, No. 13 (en edición)
- Pérez Ledesma, Manuel  
1991 *El derecho a la pereza*. Madrid: Fundamentos.
- Preston, P. W.  
1999 *Una introducción a la teoría del desarrollo*. México: Siglo XXI.
- Racionero, Luis  
1984 *Del paro al ocio*. Barcelona: Anagrama.
- Ritzer, George  
1993 *Teoría sociológica contemporánea*. México: McGraw Hill.
- Roemer, John E.  
1989 *El marxismo: una perspectiva analítica*. México: FCE.
- Sweezy, Paul et al.  
1975 *El capital: teoría, estructura y método*. México: Cultura Popular.
- Toti, Gianni  
1961 *Tiempo libre y explotación capitalista*. México: Ediciones de Cultura Popular.
- Turner, Louis y Ash, John  
1991 *La horda dorada*. Madrid: Endimión.
- Veblen, Thorstein  
1974 *Teoría de la clase ociosa*. México: FCE.

Wright, George Henrik von  
1980 *Explicación y comprensión*. Madrid:  
Alianza Editorial.

*Recibido:* 15 de noviembre de 2004  
*Aceptado:* 06 de diciembre de 2004



## HERITAGE, ENVIRONMENT & TOURISM

### Meetings of the Society for Applied Anthropology La Fonda Hotel, Santa Fe, New Mexico April 5-10, 2005

The Santa Fe meetings provide an excellent locale for exploring the closely related themes of Heritage, Environment & Tourism. In its own right, heritage has become a major focal point for national, regional and local development initiatives. As heritage is seen to have both external and internal value, how can we participate in such areas as heritage development and resource management while still defending the rights of communities and other groups to control how their heritages are represented? In a similar manner, the environment is increasingly being viewed as a kind of “natural heritage,” implying a strong association between environmental conservation and human associations with the environment. What does this tendency suggest in terms of understanding and negotiating different stakeholder interests related to particular acts of environmental decision making? How are different ideals associated with natural heritage reflected in environmental and natural resource management policies and practices? How do environmental issues relate to health concerns? Finally, tourism, as one of the world’s largest industries, is increasingly being cast in the terms of both cultural and natural heritage. What does the increased popularity of such tourism “niches” as heritage tourism and ecotourism imply for the conservation of local heritage practices and the preservation of popular “natural” places? What are the roles played by museums in the presentation of heritage and the promotion of cultural tourism?

In keeping with the Society’s interdisciplinary roots, the Program Committee invites the participation of a wide variety of professionals, including anthropologists, archaeologists, geographers, sociologists, folklorists, public historians, tourism researchers and practitioners, natural scientists working on environmental issues, museum professionals, and other professionals in the areas listed below. ***We encourage the active involvement of anthropologists and other professionals who are employed outside of academia.*** Symposia and individual papers are also invited and actively encouraged in all other areas of applied endeavor, such as health and medicine, agriculture and rural development, education, migration and resettlement, business and corporate issues, language, urban and regional development, community-based and participatory models for practice, applied research methods and planning approaches, and diversity and human rights initiatives.

Registration and proposal submission information is available at the Society’s website, [www.sfaa.net](http://www.sfaa.net). For additional information or to make suggestions regarding the program theme or other matters related to the professional program contact Erve Chambers, Department of Anthropology, University of Maryland, College Park, MD 20742, or [echambers@anth.umd.edu](mailto:echambers@anth.umd.edu).

## Ecoturismo: etnodesenvolvimento e inclusão social no Amazonas

**Ivani Ferreira de Faria**<sup>†</sup>

Universidade Federal do Amazonas/UFAM (Brasil)

**Resumo:** O turismo praticado no Estado do Amazonas (Brasil) é um turismo internacional. A grande maioria da infra-estrutura turística, pertence às oligarquias políticas regionais e a empresários/corporações estrangeiras, que visam o lucro imediato e acúmulo do capital, considerando sempre, as populações tradicionais como mão-de-obra barata, excluindo-as de todo e qualquer processo de planejamento e/ou gestão das atividades (eco) turísticas. Este estudo reflete sobre as formas de inserção da população tradicional (indígenas e caboclos ribeirinhos) nas atividades ecoturísticas existentes e qual a percepção destes sobre as mesmas. Discute também os conceitos de ecoturismo, ecoturismo indígena, turismo indígena, turismo étnico e etnoturismo e aponta o caminho para o planejamento do ecoturismo no Amazonas.

**Palavras chave:** Planejamento participativo; Ecoturismo; Inclusão social; Sustentabilidade e população tradicional

**Abstract:** The tourism which is practiced in the State of Amazonas (Brazil) is an international tourism. The great majority of the touristic infra-structure belongs to regional political oligarchies and to foreign undertakers/corporations that aim at immediate gain and capital accumulation, regarding the traditional populations (natives and river-bank inhabitants) as cheap labour, excluding them of all and any process of planning and/or management of the (eco)touristic activities. This research analyses the forms of insertion of the traditional populations in the existing ecotouristic activities and their perceptions about these activities. It also discusses the conceptions of ecotourism, native ecotourism, native tourism, ethnic tourism and ethnotourism and points out the proceeding for the planning of ecotourism in Amazonas.

**Keywords:** Participative planning; Ecotourism; Social inclusion; Defensibility; Traditional population

<sup>†</sup> • Ivani Ferreira de Faria é doutoranda pelo Departamento de Geografia da Universidade de São Paulo/USP. Tema da pesquisa Identidade e Turismo: subsídios para o planejamento do Turismo Indígena em São Gabriel da Cachoeira/AM, financiada pela Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado do Amazonas/FAPEAM. E-mail: ivigeo@ufam.edu.br

## Introdução

Estas reflexões são resultado de pesquisa realizada em 2002 nos municípios integrantes do Pólo de Ecoturismo do Estado do Amazonas e de trabalhos de campo da disciplina Geografia do Turismo no município de Silves com apoio de literatura específica, na qual buscamos analisar as formas de inserção da população tradicional (indígenas e caboclos ribeirinhos) nas atividades ecoturísticas existentes e o qual a percepção destes sobre as mesmas.

Para a análise proposta elegemos três municípios integrantes do pólo, com potencialidades para o ecoturismo e ecoturismo indígena que dentro dos princípios do etnodesenvolvimento poderão promover a melhoria nas condições de vida das populações tradicionais amazonense os quais são: São Gabriel da Cachoeira, com potencialidade para o turismo indígena, Barcelos, com elevado potencial, mas que exclui a comunidade e Silves como exemplo de ecoturismo comunitário do Estado do Amazonas. Realizamos entrevistas com entidades indígenas e indigenistas, associações de classe, de moradores, lideranças e membros da comunidade em geral.

O Estado do Amazonas por suas características naturais e sócio-culturais é considerado como um dos principais destinos ecoturísticos brasileiros. Para isso foram implementadas políticas públicas como o PROECOTUR, com o intuito de incentivar a implantação dessa atividade na região.

O primeiro pólo de ecoturismo do Estado do Amazonas era composto inicialmente por 12 municípios Manaus, Presidente Figueiredo, Rio Preto da Eva, Itacoatiara, Silves, Iranduba, Manacapuru, Careiro, Careiro da Várzea, Autazes, Novo Airão e Barcelos. Os critérios para a seleção desses municípios foram: a proximidade da capital de Manaus; o fato de serem reconhecidamente portadores de potencial ecoturístico e já possuírem produtos em operação; em quase todos ocorrem Unidades de Conservação; grande parte dos municípios possui reservas ambientais e áreas indígenas; todos contam com uma

infra-estrutura mínima de acesso terrestre, fluvial e/ou aéreo; a área do Pólo em questão, coincide com o Projeto “Corredores Ecológicos” (EMANTUR, 1997).

Em 2001, após discussões entre a Secretaria Estadual de Cultura e Turismo do Amazonas junto com o Ministério do Meio Ambiente, foram anexados ao pólo os municípios de São Gabriel da Cachoeira e Santa Isabel do Rio Negro totalizando 14 municípios.

Possibilitar o entendimento, por parte das comunidades, do que é o ecoturismo e os impactos dele advindo, bem como as formas de inserção destas na atividade, possibilita que a comunidade decida em relação ao turismo que deseja, traçando cenários futuros, condizentes com seus anseios e necessidades.

## Políticas Públicas para o desenvolvimento do Turismo na Amazônia.

Diante da necessidade de implementação de políticas públicas para um melhor gerenciamento dos recursos naturais da Amazônia, o governo federal implementou no início da década de 1990, políticas públicas para o Turismo com o intuito de incentivar a implantação dessa atividade na região, diretrizes que orientem o desenvolvimento de um dado setor, surgindo daí dois documentos que expressam essas políticas, concebidas para reger as ações a serem seguidas na região amazônica: o Plano de Turismo da Amazônia (PTA), que tem dentre suas diretrizes gerais: promover o desenvolvimento turístico de forma sustentável, melhorar o aproveitamento dos recursos naturais para o turismo receptivo, revigorar a imagem da Amazônia como destino das correntes turísticas.

No Ministério do Meio Ambiente, as ações no sentido da criação de uma política de fomento ao desenvolvimento dos povos indígenas estão sendo implementadas principalmente no âmbito da Secretaria de Coordenação da Amazônia (SCA). De um lado, há a Coordenadoria de Agroextrativismo, que prepara o “projeto Gestão Ambiental em terras Indígenas na Amazônia”; do outro, o “programa Piloto para a proteção das Floretas Tropicais do

Brasil” (PPG7), que inclui o “Subprograma projetos Demonstrativos”, no qual estão localizados o PDA e o PDPI (Projetos Demonstrativos dos Povos Indígenas).

O processo de elaboração do PDA teve início em agosto de 1992, com a primeira “missão” do Banco Mundial, sendo concluído no início de 1995, quando o “Projeto” foi aprovado e os tramites administrativos, terminados. O PDA apóia financeiramente iniciativas ou experimentos (projetos) comunitários de proteção das áreas de florestas tropicais na Amazônia e na Mata Atlântica e ecossistemas associados, e ações destinadas a recuperação e ao manejo de espécies da fauna e flora dessas regiões. Fruto da pressão das entidades não-governamentais e movimentos sociais e ambientalistas que atuam nessas regiões foi concebido de acordo com uma das características mais marcantes do novo discurso desenvolvimentista e etnodesenvolvimentista: a de estar voltado para a valorização da participação e para o apoio as iniciativas das comunidades locais e suas organizações (associações, cooperativas, sindicatos) e das ONG’s (Verdum, 2002:93).

O Plano de Desenvolvimento da Amazônia, tem na sua essência a visão que “o ecodesenvolvimento com alta tecnologia e elevada qualidade de vida, sintetiza o modelo de sociedade que se quer ver implantado na Amazônia” (SUDAM, 1993:5). Este programa tem entre suas diretrizes mais importantes, promover o crescimento econômico regional, assegurar a conservação do meio ambiente, estimular o desenvolvimento científico e tecnológico, o Proecotur, o Prodetur e mais recentemente o PNMT.

Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), iniciado no Governo Fernando Henrique Cardoso, mas que foi extinto por não ter conseguido alcançar seus objetivos que tinha por objetivo capacitar municípios para a gestão local do turismo e o Programa de Desenvolvimento do Ecoturismo para a Amazônia Legal (PROECOTUR), visa criar infra-estruturas básicas e turísticas para a implementação de pólos ecoturísticos em todos os estados da região. A respeito do PRODETUR (Programa de Desenvolvimento do

turismo), pouca informação obtivemos sobre sua inserção nos Estados amazônicos.

De acordo com Cruz (2003), esses programas se completam na medida em que um cria a materialidade requerida por um uso turístico dos lugares e o outro trata de aspectos intangíveis da atividade (como é o caso de sua gestão); ambos são fundamentais para o desenvolvimento de um turismo organizado. As maiorias das experiências já realizadas ou em curso são sustentadas financeiramente por agências de cooperação internacional, privadas e públicas e internamente esses recursos provem de instâncias governamentais como o PDA, FNMA (Fundo Nacional do Meio Ambiente) e o PDPI no âmbito do PPG7.

A estratégia do desenvolvimento regional via pólos adotada pelo PROECOTUR, que promove a concentração espacial de estruturas e de fluxos de visitantes aparece não apenas como uma opção do planejamento físico-territorial do turismo; ela é a opção política, orientadora de um planejamento espacialmente segregador de turistas e de residentes (ibid.).

Em relação aos povos indígenas o governo federal criou o PDPI em 1999, vinculado ao PDA, com sede em Manaus/AM, quase como uma extensão dos propósitos do PDA. Se o PDA tem como objetivo apoiar iniciativas das populações locais e de ONG’s (organizações não governamentais) em geral, fortalecer a capacidade desses grupos para elaborar e gerenciar projetos de desenvolvimento (sustentável) local e gerar e divulgar conhecimento a partir dessas experiências, no caso do PDPI esses objetivos surgem relacionados a um público específico, os povos indígenas, acrescidos da preocupação com a proteção dos territórios demarcados e dos recursos naturais neles existentes e com a superação de algumas falhas do instrumental conceitual e operacional no “mecanismo PDA”, como por exemplo no acompanhamento da execução de projetos e na assessoria complementar, quando necessária.

Os esforços para a criação do PDPI propriamente dito tiveram início em 1997, como parte dos preparativos para a reunião dos do PPG7 realizada no fim daquele ano. As negociações e arranjos institucionais se

estenderam até meados de 1999, quase que exclusivamente no âmbito governamental e intergovernamental, envolvendo o governo brasileiro (PDA e PPTAL), as agências governamentais alemãs KFW e GTZ e o Banco Mundial. Como subsídios às discussões estabelecidas ao longo desse período, foram realizados estudos relacionados à promoção e a assistência a saúde indígena, sobre capacitação e educação formal indígena, direito indígena, participação indígena e políticas públicas, economia indígena em contextos interétnicos e desempenho dos projetos indígenas no PDA (Verdum, 2002: 100).

Nessa perspectiva o PDPI, apresenta-se com um aliado na implantação de projetos com novas tecnologias sociais e econômicas em terras indígenas, com base no planejamento participativo e comunitário no qual o ecoturismo pode ser uma alternativa.

### O Olhar da comunidade sobre o ecoturismo

No Pólo de Ecoturismo do Estado do Amazonas os municípios que têm potencialidade para o ecoturismo indígena são: São Gabriel da Cachoeira, denominado como o município mais indígena do Amazonas com 95% da população indígena, 23 nações e 22 línguas diferentes de três famílias Tukano, Aruak e Maku; Santa Izabel do Rio Negro e Barcelos, com a presença da cultura Yanomami com ritos que a distingue das demais; e Presidente Figueiredo, com a cultura dos Waimiri-Atroari, com seus mitos e história específica que podem representar um novo caminho para o ecoturismo no Estado. Entretanto, nenhum estudo foi realizado com os povos desses municípios sobre a implantação e viabilização do ecoturismo em suas Terras e esta pesquisa limitou-se a investigar o que os indígenas e caboclos ribeirinhos vem se inserindo no turismo praticado e o que pensam sobre a atividade turística.

Presidente Figueiredo além o potencial para o ecoturismo indígena, figura no cenário regional como a “Terra das Cachoeiras” e Silves aparece como município potencial para o ecoturismo comunitário.

#### *São Gabriel da Cachoeira*

O município de São Gabriel da

Cachoeira, na região do Alto Rio Negro, surgiu da necessidade de manter os domínios da coroa portuguesa a salvo dos interesses espanhóis na região ocupada por várias nações indígenas, quando da invasão dos europeus, no século XVII, na Amazônia. Os primeiros povoados europeus estão associados à presença de sertanistas e religiosos, com objetivos econômicos, político-militares e religiosos para a região. Com este intuito, uma expedição para policiamento e fortificação foi enviada ao alto rio Negro, em 1761.

A cidade de São Gabriel da Cachoeira possuiu, durante a sua história, quatro nomes: São Gabriel da Cachoeira, São Gabriel do Rio Negro, São Gabriel e Uaupes.

A população total do município de São Gabriel da Cachoeira é de 29.951 habitantes (IBGE, 2000), embora a prefeitura faça uma estimativa atual de 45.000 habitantes. 95% da população são representados por 23 povos indígenas, distribuídas em 427 aldeias. Registra-se a presença de militares devido à presença de uma das bases do projeto SIVAM (Sistema de Vigilância da Amazônia) e do 5º Batalhão de Infantaria de Selva/5º BIS, por se tratar de zona de fronteira e área de segurança nacional.

Floresta e rio representam dois aspectos importantes na territorialidade das diversas nações indígenas dessa região. É o território de nações que pertencem a três famílias lingüísticas distintas, Tukano Oriental, Aruak e Maku cuja ocupação é reconhecida historicamente desde tempos imemoriais (Faria, 1997).

No município a população rural conta com 17.586 habitantes e a população urbana com 12.365 hab, com um equilíbrio entre a população feminina e masculina.

As terras indígenas representam 80% do território de São Gabriel da Cachoeira e, grande parte da população indígena, ainda fala o *nheengatu* ou língua geral - uma herança do tempo dos jesuítas que, na tentativa de uniformizar a comunicação com as tribos em todo o país, instituíram o tupi-guarani como língua mãe.

Em São Gabriel da Cachoeira a Federação das Organizações Indígenas do Rio Negro – FOIRN é a principal organização atuante nas questões



relacionadas às comunidades indígenas neste município e trabalha articulada com as representações e principais lideranças destas comunidades. A FOIRN tem por objetivos a autodeterminação dos povos; a defesa e garantia das terras indígenas; a recuperação de valorização da cultura indígena; o apoio à subsistência econômica e social; a articulação com as organizações interlocais e regionais. Sua área de abrangência inclui três municípios, Santa Izabel do rio Negro, Barcelos e São Gabriel da Cachoeira.

Na sede do município, encontram-se muitas associações, que representam diferentes interesses. Algumas delas estão diretamente ligadas ao desenvolvimento da atividade turística como Associação de Artesãos (Tukano e Baniwa) e 07 Associações de Bairros (Praia, Centro, Dabaru, Tirirical, Boa Esperança, Nova Esperança e Areal) e etc.

O patrimônio cultural herdado dos três grupos indígenas (danças, artesanatos, lendas, mitos e ritos) transforma-se em um elevado potencial para o ecoturismo, onde esse patrimônio funde-se ao patrimônio natural revelando o que Faria (1997), denominou de “geografia mítica” o que torna o município de São Gabriel da Cachoeira ímpar quanto à sua identidade para o ecoturismo. Manifestações culturais destas comunidades, que merecem destaque são: *Jurupari* – festas tradicionais, sem a presença de mulheres; *Kapiwaiá* – festas comemorativas, com duração de 3 a 4 dias, com objetivo de agradecimento aos deuses, em função, por exemplo, de uma boa colheita ou do nascimento do filho de um membro importante na comunidade, cuja apresentação é proibida; *Dabucuri* – festas para o recebimento de uma visita amiga à comunidade, com oferecimento de comida, bebidas e frutos silvestres.

O turismo praticado em São Gabriel da Cachoeira não tem envolvido a cultura dos 23 povos indígenas que habitam essa região. Toda riqueza do patrimônio cultural e sub-valorizada porque a maior parte dos turistas que chegam ao município vem para conhecer o pico da Neblina e as belezas naturais da região propagada pelas agências de turismo que desconhecem ou às vezes desconsideram o potencial para o

turismo indígena no município.

Não existem no município, atrativos turísticos organizados que envolvam os povos e a cultura do lugar. No mais, os turistas quando chegam e se deparam com um município totalmente indígena vão até a sede da FOIRN onde funciona uma pequena loja de artesanatos e alguns livros sobre a cultura e a organização desses povos.

Mesmo a Secretaria Municipal de Turismo parece desconsiderar esse potencial para o turismo indígena, pois todo os planejamentos, poucos, existentes estão voltados para o Parque Nacional do Pico da Neblina, o Morro dos Seis Lagos e roteiros com trilhas fluviais ao longo dos rios de água preta como o Negro e Uaupes.

Para as comunidades indígenas de São Gabriel da Cachoeira o ecoturismo pode ser considerado uma alternativa de renda, porém, pouco sabem sobre os danos e benefícios que essa atividade poderá causar. Entretanto, reivindicam sua participação no planejamento e na gestão do Plano de Desenvolvimento do Pólo de Ecoturismo para a área e consideram que o sucesso do mesmo está ligado ao seu envolvimento em todas as etapas do processo bem como o fortalecimento do Conselho Municipal do turismo com o aumento da representação das comunidades no mesmo.

Além das belezas naturais da área, a cultura local deve ser, também, entendida como um atrativo ecoturístico, porém, as comunidades reforçam a necessidade de cuidados e respeito em relação aos hábitos e costumes locais. Para que ocorra esse entendimento, informações acerca da comunidade visitada são de grande valia. Também há clara preocupação, em relação à saúde da comunidade, frente às possíveis doenças trazidas pela entrada do turista.

Reconhecem também a falta de infraestrutura turística, a má qualidade dos serviços prestados e a fragilidade do Conselho Municipal de Turismo.

Quanto às lideranças indígenas, respectivamente da Federação das Organizações Indígenas do Rio Negro (FOIRN), ainda não tem uma opinião formada sobre o tema, mas desejam realizar estudos e debates com as comunidades para que possam definir a

concretização ou não do turismo indígena em Terra Indígena, formas de inserção na atividade turística com regras e normas a serem seguidas.

É necessário, possibilitar, um melhor entendimento do que é o turismo/ecoturismo e os impactos dele advindo; bem como as formas de inserção das mesmas na atividade, a fim de se evitar a criação de expectativas, sem possibilidades de concretização, para que não haja frustração, desinteresse e descrédito por parte da comunidade envolvida.

#### *Barcelos*

O município teve início com a fundação da Missão de Nossa Senhora da Conceição de Mariuá (*mari* = grande, *iuá* = braço; significa braço grande do rio negro) pelo Frei Carmelita Matias São Boaventura em 1728.

A população total recenseada é de 24.197 habitantes com densidade demográfica de 0,19 hab/km<sup>2</sup>. A população rural é constituída de 16.243 habitantes e a urbana de 7.954 habitantes (IBGE, 2000). A taxa média geométrica de incremento anual da população foi 9,89 habitantes no período de 1996/2000. Observa-se que 67% da população residente está localizada no meio rural. Isto pode ser explicado em decorrência da atividade econômica no município ser baseada principalmente no extrativismo.

No município existem 44 comunidades rurais que estão distribuídas por toda calha do médio rio Negro e 89 assentamentos (comunidades e sítios) indígenas e ribeirinhos, espalhados pelas margens do rio Negro e seus afluentes.

A população indígena é composta pelas nações: Yanomami, Tukano, Dessana, Baniwa, Baré, Piratapuaia e Waimiri-Atroari. Suas terras foram homologadas pela Funai, faltando ainda o registro destas. Existe um núcleo populacional dos Waimiri-Atroari morando na área urbana da cidade.

No município de Barcelos existem 07 associações de bairros em processo de formação, as quais são: de Aparecida, Mariúia, Marará, Nazaré, São Francisco, São Lázaro e São Sebastião. Todas essas associações estão em processo de estruturação e organização, fato que

justifica a precariedade de funcionamento com pouco ou nenhum apoio em relação a acessórias e ações isoladas dificultando o alcance dos resultados.

A Associação dos agricultores e criadores do Município de Barcelos (AACMB), composta de 180 membros têm como objetivos captar recursos junto a órgãos financiadores que visam o desenvolvimento da comunidade e manter o homem no meio rural através de projetos nas áreas de educação, saúde e produção. As dificuldades que encontram são a burocracia e falta de apoio.

Existe ainda no município a Associação dos Piabeiros que são pescadores de peixes ornamentais. Devido a grande importância da atividade de pesca esportiva para o índice de fluxo turístico no município, a Colônia de Pesca Z33 possui um relevante papel para a integração de comunidade em um plano de desenvolvimento da atividade turística.

A colônia Z33 se encontra em fase de estruturação e esta sendo criada a partir de uma fusão entre duas associações já existentes: A Associação de Peixes Ornamentais e a Associação de Peixes Comestíveis. Através da união destas duas associações, a nova Colônia pretende-se realizar atividades de apoio na regularização da documentação de pessoal envolvido nas atividades de pesca esportiva e profissional, além de prestar auxílio aos pescadores no período que a pesca fica proibida para a reprodução do pescado. Esta Colônia demonstra que há mobilização dos envolvidos, porém é preciso apoio tanto na organização interna, quanto nas relações com o poder público local e programas de incentivo fiscal.

O turismo é considerado pelas lideranças locais como uma grande oportunidade para o desenvolvimento da cidade, que em alguns anos provavelmente terá um aumento significativo do fluxo turístico. As lideranças entendem que é necessário uma qualificação da população no que se refere aos serviços e ampliação da infra-estrutura para o atendimento adequado devido ao aumento desta atividade.

Um fato de fundamental importância foi exposto com preocupação pelas principais lideranças qual seja, a pequena circulação e

permanência do turista na sede do município em virtude do tipo de turismo praticado pelo hotel de selva que não poderíamos classifica-lo como turismo ecológico e nem como ecoturismo, pois não existe a preocupação com a conservação do ambiente e nem o envolvimento da comunidade. Ao contrário, o que existe é uma segregação da população local, porque o turista ao chegar no aeroporto, segue imediatamente para o porto, e em seguida vai de barco para o hotel. O percurso de volta é o mesmo. Sequer chega conhecer a cidade. Desta forma não gera recursos para a cidade e não traz os benefícios que a atividade turística deve trazer para os lugares onde o ecoturismo é praticado.

Entendemos como Turismo de Natureza, o tipo de turismo que utiliza como atrativos os recursos ou o patrimônio natural como: rios, fauna, flora, montanhas, vales etc. Pode ser subdividido em: Turismo Ecológico, definido como o turismo que utiliza o patrimônio natural a ser admirado e com vistas à educação ambiental, sem priorizar o envolvimento da comunidade local e Ecoturismo, definido como o turismo planejado que promove a interação entre natureza e comunidade com vistas a uma utilização sustentável e conservacionista do patrimônio natural e cultural, proporcionando melhoria na qualidade de vida da população envolvida sem causar impactos negativos à sua territorialidade (Faria, 2000).

O ecoturismo geralmente é confundido com turismo de natureza, turismo ecológico ou qualquer atividade turística que utiliza o patrimônio natural como atrativo como, por exemplo, atividades desenvolvidas por hotéis de selva ou na selva.

Para ser considerado como ecoturismo alguns princípios básicos devem ser considerados:

- O Atrativo ecoturístico deve envolver o patrimônio natural e cultural;
- Utilização sustentável e conservacionista dos atrativos;
- Envolvimento da comunidade (planejamento e gestão participativa e comunitária das atividades ecoturísticas);
- A Forma ideal de funcionamento em pequenos grupos respeitando a capacidade de carga e de suporte;
- Valorização (formação e capacitação)

dos recursos humanos locais:

- Conservação e valorização das atividades tradicionais do lugar.

O fato do turismo não fazer parte do cotidiano da comunidade, dificulta o entendimento das vantagens e desvantagens que podem advir dessa prática social. Apenas as pessoas que tem alguma ligação direta ou indireta com essa atividade têm clareza quanto aos possíveis benefícios gerados por esta atividade.

Diversos cursos e oficinas de capacitação abordando diferenciados temas foram realizadas no município. A principal crítica levantada em relação aos mesmos, foi quanto à continuidade das atividades propostas e do conteúdo aprendido. Foi recomendado que os eventos realizados proponham ações concretas que sejam apoiadas pelo programa de desenvolvimento turístico, fazendo com que os objetivos vislumbrados e planejados pela própria comunidade sejam efetivamente alcançados. Esperando-se assim, o efetivo engajamento comunitário nos planos de gestão.

Várias sugestões partiram das comunidades para aumentar a participação: organização de associações ou cooperativas; formação de guias mirins; criação e fortalecimento do centro de artesanato para estimular os artesãos que residem na cidade; capacitação para os barqueiros que podem vir a prestar serviços para os turistas; criação de usina de beneficiamento das potencialidades agrícolas; cursos e/ou atividades que discutam a temática do envolvimento da comunidade com os turistas, a relação turista/comunidade, benefícios para a cidade; fomento de micro-crédito para barqueiros comprarem o próprio motor para prestar serviços ao turista e fazer eventos que divulguem os atrativos.

Para que o ecoturismo obtenha êxito, foi considerado pelas lideranças, que o PROECOTUR, preveja apoio aos prestadores de serviços turísticos; estimule a participação ativa da comunidade; faça um planejamento adequado a realidade local; apóie à diversificação das atividades turísticas; apóie a criação de uma organização local que possa trabalhar diretamente com o turismo urbano; que os projetos tenham uma gestão e sustentação

independente da prefeitura local de modo a dar continuidade às atividades mesmo nos períodos de transição eleitoral, e finalmente que todos os atores sociais ligados ao ecoturismo possam se unir em prol da efetivação das diretrizes e estratégias do programa (Plano de Desenvolvimento do Pólo de Ecoturismo do Amazonas).

O Parque Nacional do Jaú, Parque Estadual do Aracá, a APA de Mariuá, Ilhas e em seguida as parias constituem os principais atrativos. É de se ressaltar, também, que os atrativos culturais como o festival do peixe ornamental é importante, porém o perfil do turista que frequenta este evento está mais para o de massa do que ecoturista e que as comunidades indígenas, principalmente a Yanomami são atrativos tão significativos quanto os atrativos naturais existentes na área.

Outro fator importante a ser considerado é a presença no Parque do Jaú, de 150 famílias de caboclos ribeirinhos com aproximadamente, 800 a 900 habitantes que vem realizando cursos de capacitação e formação de fiscais ambientais voluntários como forma de incluir a comunidade na vida do parque. Esse trabalho desenvolvido pela Fundação Vitória Amazônia em parceria com o IBAMA, significando que nesse atrativo, pode-se desenvolver atividades verdadeiramente ecoturísticas.

#### *Silves*

Silves é um dos povoados mais antigo do Amazonas, talvez o primeiro núcleo europeu criado no Estado do Amazonas que teve seu início com a fundação da Missão de Índios chamada Aldeia de Saracá, da Ordem das Mercês em 1660 que concentrava índios Barururus, Caboquenas e Guanavenas.

A população de Silves é constituída, na sua maioria por caboclos descendentes dos primeiros habitantes, os indígenas, mas que não reconhecem mais suas origens e por descendentes de portugueses, espanhóis e nordestinos que chegaram durante o apogeu da borracha no início do século XX.

De acordo com o IBGE (2000), o município conta com 7.785 habitantes, divididos em 4.179 homens e 3.606 mulheres com densidade demográfica de 3,78 hab/km<sup>2</sup>. Existem 26 comunidades rurais com cerca de 4.422 habitantes e 04

bairros no meio urbano com 3.363 hab, justificando a maior presença da população no meio rural.

No município a organização comunitária é bem desenvolvida. Atuam com lideranças comunitárias principalmente das rurais, pois no meio urbano, não existem associações de bairro.

A ASPAC (Associação de Silves para preservação Ambiental e cultural), é uma organização não governamental brasileira, sem fins lucrativos, formada por comunidades de ribeirinhos e seus membros, residentes nos lagos em entorno da ilha de Silves, fundada em 1981 com a preocupação de defender os lagos da pesca predatória. Hoje, a ASPAC trabalha com as comunidades tradicionais da região de Silves no desenvolvimento do Ecoturismo para que os recursos e benefícios advindos desta atividade possam ser revertidos para a proteção de seus lagos de pesca. Vários projetos são implementados por ela como de capacitação de monitores e fiscais ambientais, oficinas de educação ambiental, projeto de permacultura que atingem 5 comunidades com a previsão de chegar as 12 até 2003.

Os principais projetos são executados pela ASPAC em parceria com o WWF, IBAMA (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e Recursos Naturais Renováveis), INPA (Instituto Nacional de Pesquisa Amazônica) e CPT-Regional (Comissão da Pastoral da Terra).

Entre eles está a Pausada Ecológica Aldeia dos Lagos, construída como parte do projeto "Silves: um projeto de ecoturismo comunitário na Amazônia brasileira", executado pela ASPAC com apoio técnico do WWF e financiado pelo governo da Áustria e WWF. O objetivo é viabilizar o primeiro empreendimento comunitário de ecoturismo da Amazônia, com renda utilizada em benefício da conservação do sistema de lagos de pesca da região e para a melhoria da vida dos ribeirinhos. Foram definidos três tipos de área de pesca: lagos para procriação (santuários de proteção total), lagos de manutenção (permitida a pesca artesanal) e lagos de exploração pesqueira, permitindo a pesca comercial.

O projeto denominado "Conservação dos Recursos Hídricos" atua em três vertentes: uma de preservação dos lagos, outra ligada

a permacultura e capacitação e formação de fiscais e monitores ambientais, está em funcionamento e tem uma ótima aceitação por parte das comunidades.

Existem projetos a espera de financiamento como do Museu Histórico que visa resgatar a história e a cultura do lugar além de abrigar as peças arqueológicas encontradas no município; e a construção de um mirante no rio Sanabani, cuja localização é privilegiada e está a uma altura de quase 100 m em relação ao nível do rio.

Outro projeto de origem comunitária é desenvolvido pelo AVIVE (Associação Vida verde da Amazônia) que visa à utilização de espécies aromáticas da Amazônia como alternativa econômica para as mulheres via extração vegetal de óleos essenciais e fabricação de produtos naturais como sabonetes, cosméticos naturais e chás de uso popular da região recebe o apoio técnico e financeiro do WWF-Brasil.

A AVIVE, uma Associação de Mulheres fundada em 1999, está à frente de um projeto comunitário que tem o apoio técnico e financeiro do WWF-Brasil. O projeto visa a exploração de espécies aromáticas da Amazônia como alternativa econômica para as Mulheres via extração sustentável de óleos essenciais como pau-rosa, preciosa e outros e fabricação de produtos naturais como sabonetes, cosméticos naturais e chás de uso popular da região e integração de ações de conservação ambiental. Os produtos são 100 % naturais, livres de conservantes, corantes e aromas sintéticos. Os Óleos essenciais que aromatizam os sabonetes tem origem controlada e certificada.

A associação dos Produtores Agrícolas, formada por 95% de trabalhadores rurais, foi criada com o objetivo de resgatar o antigo costume dos índios sobre o sistema de “puxirum” e conseguir financiamento junto aos bancos para pequenos produtores. O trabalho coletivo é uma forma de garantir o financiamento, a venda dos produtos em grande escala e ao mesmo tempo criar oportunidades de melhorar a perspectiva de vida dos associados.

A associação dos pescadores de Silves, é formada por 316 pescadores com participação ativa de 200 pessoas. Foi criada com a intenção de legalizar a

atividade, garantir financiamento e preservar os lagos evitando a pesca predatória. A produção é para abastecimento interno e o excedente para ser vendido para outros municípios. Em parceria com a ASPAC, recebem oficinas de educação ambiental, de fiscais ambientais e apóiam nos roteiros que levam os turistas para conhecer os lagos.

Apesar da forte organização comunitária das três principais associações existe uma rivalidade da Associação dos Produtores Agrícolas em relação a elas. A comunidade em geral confia no trabalho das associações que precisam ser fortalecidas com apoio técnico e financeiro para os projetos que esperam financiamento para serem executados.

No que diz respeito ao apoio à gestão municipal, não há a organização de nenhum conselho municipal quer seja da saúde, educação ou turismo.

O ecoturismo é considerado uma alternativa de renda para as comunidades ribeirinhas. Estas participam no planejamento das atividades desenvolvidas pelas associações que esperam participarem também, do plano de gestão do Plano de Ecoturismo

Em Silves o ecoturismo já é uma realidade e considerado como a única experiência comunitária no Amazonas. Entretanto, a comunidade faz distinção entre o turismo praticado pela Pousada Aldeia dos Lagos e pelo Hotel Guanavenas. Consideram como ecoturismo o desenvolvido pela ASPAC onde há o envolvimento da comunidade e geração de renda para a mesma e como turismo de massa o turismo do Hotel, que emprega apenas 30 pessoas da comunidade não gerando nenhum outro tipo de renda. As principais lideranças consideram que o fluxo ecoturístico atual é pequeno e alertam, todavia, para a falta de infraestrutura, principalmente urbana e de equipamentos de apoio.

Há necessidade de criação do Conselho Municipal de Turismo e Meio Ambiente, para que as associações locais possam, através deste instrumento legal, estarem devidamente representadas.

O ecoturismo comunitário desenvolvido pela ASPAC e em seguida os lagos do Canaçari, Saracá, Purema e Paramiri se

apresentam como os mais importantes atrativos no município. É de se ressaltar, também, que os atrativos culturais como festas folclóricas e religiosas, os artesanatos somados aos rios e praias urbanas são atrativos complementares da sede.

O envolvimento direto de algumas comunidades segundo os princípios do etnodesenvolvimento fez de Silves o primeiro município do Estado a oferecer no mercado produtos de ecoturismo, valorizando assim tanto seus atrativos naturais quanto a sua riqueza cultural proporcionando aos caboclos ribeirinhos geração de renda e melhoria nas condições socioeconômicas de suas comunidades.

#### **Etnodesenvolvimento: (eco) turismo indígena como alternativa de inclusão social**

A discussão sobre o etnodesenvolvimento emergiu no debate latino-americano de forma mais consistente em 1981, na cidade de São Jose da Costa Rica, por ocasião de uma reunião de especialistas em etnodesenvolvimento e etnocídio na América Latina. O conceito de etnodesenvolvimento se formou então como um contraponto crítico e alternativo as teorias e ações desenvolvimentistas e etnocidas, que tomavam as sociedades indígenas e as comunidades tradicionais em geral como obstáculo ao desenvolvimento, a modernização e ao progresso (Verdum, 2002:87-88).

Uma das principais referências na formulação do conceito de etnodesenvolvimento na América Latina é Guillermo Bonfil Batalla, que assim o definiu:

“É o exercício da capacidade social dos povos indígenas para construir seu futuro, aproveitando suas experiências históricas e os recursos reais e potenciais de sua cultura, de acordo com projetos definidos segundo seus próprios valores e aspirações. Isto é, a capacidade autônoma de uma sociedade culturalmente diferenciada para guiar seu desenvolvimento” (Batalla et al.,1982).

Para Batalla, o etnodesenvolvimento

requer que as comunidades sejam efetivamente gestoras de seu próprio desenvolvimento, que busquem formar seus quadros técnicos – antropólogos, engenheiros, professores etc. – de modo a conformar unidades político-administrativas que lhe permitam exercer autoridade sobre seus territórios e os recursos naturais neles existentes, de serem autônomos quanto ao seu desenvolvimento étnico e de terem a capacidade de impulsioná-lo.

Outra referência importante é de Stavenhagen (1997:57), proponente do conceito, que definiu etnodesenvolvimento como o desenvolvimento que matem o diferencial sociocultural de uma sociedade, ou seja, sua etnicidade. Nessa acepção, desenvolvimento tem pouco ou nada a ver com indicadores de “progresso” no sentido usual do termo: PIB, renda per capita, mortalidade infantil, nível de escolaridade etc. Na definição de Stavenhagen, o “etnodesenvolvimento significa que a etnia, autóctone, tribal ou outra, detém o controle sobre suas próprias terras, seus recursos, sua organização social e sua cultura, e é livre para negociar com o Estado o estabelecimento de relações segundo seus interesses”. Em termos gerais, os princípios básicos para o *etnodesenvolvimento* seriam:

“Objetivar a satisfação de necessidades básicas do maior número de pessoas em vez de priorizar o crescimento econômico; embutir-se de visão endógena, ou seja, dar resposta prioritária à resolução dos problemas e necessidades locais; valorizar e utilizar conhecimento e tradições locais na busca da solução dos problemas; preocupar-se em manter relação equilibrada com o meio ambiente; visar a auto-sustentação e a independência de recursos técnicos e de pessoal e proceder a uma ação integral de base, [com] atividades mais participativas” (ibid.:18-19).

O ecoturismo é considerado uma alternativa de renda para as comunidades tradicionais do Amazonas. Além das belezas naturais, a cultura deve ser, também, entendida como um atrativo ecoturístico, a necessidade de cuidados e respeito em relação aos hábitos e costumes específicos, devem ser ressaltados no planejamento dessa modalidade turística.

Denominamos ecoturismo indígena o ecoturismo praticado dentro das terras indígenas através do planejamento/gestão participativa e comunitária respeitando os valores sociais, culturais e ambientais dos diferentes povos envolvidos onde a comunidade é a principal beneficiada.

Faz-se necessário definir o turismo cultural, etnoturismo e étnico para compreendermos melhor o turismo indígena. O turismo cultural se definiria “em termos de situações em que o papel da cultura e contextual, [...] está para moldar a experiência do turista de uma situação em geral, sem um foco particular sobre a singularidade de uma identidade cultural específica” (Wood, 1984:361).

Tudo o que é feito pelo homem constitui o patrimônio cultural, portanto o Turismo Cultural é aquele que tem como objetivo conhecer os bens materiais e imateriais produzidos pelo homem. Pode ser dividido em Histórico, gastronômico, folclórico, Etnoturismo (indígena e étnico) religioso, esportivo etc.

Etnoturismo é um tipo de turismo cultural que utiliza com atrativo a identidade, a cultura de um determinado grupo étnico (japoneses, alemães, ciganos, indígenas etc, ). O turismo indígena e o étnico podem ser um dos tipos do etnoturismo.

O turismo indígena, como o nome sugere, é o turismo realizado em terras indígenas ou na cidade com base na identidade cultural e na gestão do grupo/etnia indígena envolvida. Dessa forma, não concordamos com Swain (1989) que define turismo indígena como “tipo de turismo que teria suas bases na terra e na identidade cultural do grupo, controlado por ele”, pelo fato de que muitos povos indígenas não querem essa atividade dentro de suas terras, mas querem divulgar suas culturas como valorização da identidade e algum ganho econômico, porém sem mercantilizá-la (Faria, 2002).

O fato de povos e grupos indígenas praticarem atividades turísticas fora de suas terras não desqualifica o tipo de turismo, pois a cultura e a identidade permanecem com eles podendo ser realizado nos núcleos populacionais de modo que não afete negativamente a cultura dos povos e comunidades

envolvidas por meio de várias estratégias que deverão ser pensadas e planejadas junto com a comunidade, técnicos, entidades indígenas, indigenistas e ambientalistas.

O Turismo étnico é definido por Swain (ibid.) como o “tipo de turismo que se refere ao *marketing* das atrações turísticas inspiradas no modo de vida indígena”, enquanto para Wood (ibid.) “Turismo étnico poderia ser definido pelo seu foco direto sobre pessoas vivendo uma identidade cultural cuja singularidade esta sendo comprada por turistas”.

Nas definições de Swain e Wood, o ponto comum está na mercantilização da cultura e da identidade, sendo que a primeira sugere que só ocorreria com sociedades indígenas e a segunda em diversas manifestações de identidades étnicas. Na nossa concepção, o turismo étnico é inspirado na diversidade étnica dos povos com suas identidades específicas, sendo praticado não exclusivamente por eles, fato que justificaria em parte, o caráter mais comercial da atividade, que acaba por banalizar a cultura, transformando-a em produto de massa e mercantilizando a própria pessoa do ser étnico. É o tipo de turismo em que existe a representação, propaganda e venda de atrações turísticas inspiradas no modo de vida dos diversos grupos étnicos.

No turismo étnico, o nativo não esta simplesmente lá para servir as necessidades do turista; esta ele mesmo “em exposição”, um espetáculo vivo a ser recrutado, fotografado (Van Den Berghe, 1984:345).

Ainda na opinião de Van Den Berghe o “turismo étnico representa a última onda de expansão do capitalismo explorador para a mais remota periferia do sistema mundial [...]. Povos do Quarto Mundo que foram primeiro repelidos para regiões de refugio – as ‘reservas nativas’ dos colonizados – estão agora sendo ‘redescobertos’ como um recurso turístico (Van Den Berghe, 1984) – e é justamente dessa forma que índios sob “extrema marginalização” se tornaram “uma atração turística primordial para afluentes viajantes do Primeiro Mundo em busca do outro primitivo, autêntico” (Van Den Berghe, 1995:571).

Não descartamos que o turismo indígena

seja na modalidade do ecoturismo, tenha seu lado comercial. A diferença está na essência, na finalidade e contexto em que o turismo indígena e étnico se desenvolve.

No turismo étnico realizado sob a inspiração da cultura indígena, por grupos da sociedade envolvente, o povo indígena representado deverá ter a participação no processo de gestão ou no recebimento de *royalties* (ao respectivo povo), pois se trata de um patrimônio cultural de propriedade coletiva que estará sendo usado. Para isso, as organizações indígenas com o apoio da FUNAI (Fundação Nacional do Índio), deverão registrar devidamente seu patrimônio cultural material e imaterial em cartório.

O Turismo indígena, principalmente o desenvolvido em terras indígenas, vem promovendo várias discussões e polêmicas junto a lingüistas, antropólogos, geógrafos, indigenistas e indígenas. O cerne da questão reside na presença de turistas, das mais diversas culturas, dentro da terra indígena, o que pode provocar não apenas descaracterização cultural como também perturbar o ambiente natural, o cotidiano das comunidades e promover uma mercantilização da própria cultura. Por um lado, em função desses motivos, ainda há muita resistência para a implantação dessa atividade em terra indígena, onde a relação custo/benefício não é favorável as comunidades, em que os custos ao ambiente e a cultura serão maiores que os benefícios econômicos advindos das atividades turísticas. Por outro lado, mesmo cientes dos riscos dessa atividade, há grupos que acreditam que se o ecoturismo, for bem planejado com participação da comunidade no processo de gestão, com preparação e esclarecimento da população no que se refere à conscientização sobre o turismo e riscos que poderão advir, poderá ser uma alternativa econômica para esses povos.

Nesse sentido, o Grupo Técnico de Coordenação de Ecoturismo para a Amazônia Legal – GTC, em 1997 organizou um Workshop em Bela Vista de Goiás para discutirem sobre a elaboração e execução da Política do Programa Piloto de Ecoturismo em Terras Indígenas que contou com a participação de representantes da FUNAI de diversos municípios e estados brasileiros, da Ecobrasil, Ministério do

Meio Ambiente e do Centro de Trabalho Indigenista. Em junho de 1997, em Silva Jardim no Rio de Janeiro foi elaborada a metodologia e o Manual Indígena de Ecoturismo com princípios, critérios e diretrizes a fim de informar e preparar as comunidades indígenas para operações ecoturísticas que vem ocorrendo informalmente e sem controle dentro das terras indígenas.

O Programa Piloto de Ecoturismo em Terras Indígenas, elaborado pelo GTC Amazônia, tem como objetivo coordenar a elaboração e execução da Política e o Programa Regional de Ecoturismo, conforme Portaria Interministerial nº 21 de 30 de novembro de 1995 do Ministério do Meio Ambiente, dos recursos hídricos e da Amazônia Legal com o apoio da FUNAI Para a realização do ecoturismo indígena alguns princípios devem ser observados e respeitados (MMA,1997):

- A tradição cultural do indígena deve prevalecer sobre os interesses do ecoturismo;
- O ecoturismo deverá levar em conta o grau de contato da comunidade indígena;
- A comunidade deve participar de todo o processo do ecoturismo em suas terras;
- Cabe à comunidade a gestão do ecoturismo em suas terras;
- O ecoturismo deve gerar recursos econômicos para melhorar a qualidade de vida da comunidade indígena;
- O uso sustentável dos recursos naturais deve ser praticado;
- Ecoturismo deve ser uma atividade complementar e de apoio às atividades tradicionais e a outros projetos da comunidade indígena.

Critérios para seleção de áreas:

Apoio da comunidade; condições de acesso; condições de salubridade; carências de alternativas econômicas; possibilidade de apoio e parecerias; existência de atrativos naturais e culturais.

A esses critérios acrescenta-se:

Projetos desenvolvidos em bases comunitárias e sustentáveis; priorização da gestão participativa dos povos indígenas em suas terras e na cidade; existência de operador\agência receptiva prioritariamente coordenada pelas organizações



indígenas; preparação da comunidade para a implantação do ecoturismo; realização de avaliação de impacto socioambiental:

Diretrizes:

- Conservação do Patrimônio natural – incentivo às práticas conservacionistas;
- Respeito e valorização da cultura Indígena – controle e prevenção de doenças transmissíveis, respeito a privacidade da família indígena, postura ética do visitante quanto à diversidade cultural, conservação dos sítios arqueológicos, preparo das comunidades para receber visitantes, fomento a comercialização do artesanato e da arte indígena;
- Gestão participativa beneficiando toda a comunidade indígena – meios para a gestão autônoma, participativa e organizada propiciados, partilha dos resultados econômicos pela comunidade;
- Minimização dos impactos negativos resultantes das visitas – conscientização dos riscos causados pela prostituição e abusos sexuais, porte de armas, uso de drogas e introdução de hábitos nocivos à comunidade;
- Proteção à integridade física dos visitantes em Terras Indígenas e seu entorno – prestação de serviços adequados aos visitantes, implantação de infraestrutura adequada;
- Visitação planejada, disciplinada e controlada com base na legislação vigente – cumprimento das legislações específicas vigentes, fiscalização e controle eficiente.

A essas diretrizes acrescenta-se: elaboração de uma legislação específica para o ecoturismo Indígena, pois as leis existentes dizem respeito a proteção e conservação dos recursos naturais e sobre as Terras Indígenas art. 131 e 132 da Constituição Federal; monitoramento e avaliação da atividade ecoturística em Terra Indígena pelas Organizações Indígenas, FUNAI e IBAMA; criação de tecnologias sócio ambientais de baixo impacto e registro em cartório (patentear) os artesanatos, ritos, mitos, culinária utilizados como atrativos culturais pelos diversos povos que desenvolvem a prática do ecoturismo.

Paradoxalmente, a riqueza cultural e natural não vem garantindo às diversas nações indígenas bem como caboclos ribeirinhos a sua sobrevivência. A grande

maioria dessas populações vem passando por privações de toda ordem (alimentar, saúde, educação etc.) legadas de condições naturais e históricas.

Mesmo em condições desfavoráveis essas populações vêm resistindo às pressões antrópicas da população envolvente e necessitam de novas tecnologias sociais e econômicas para sobreviverem.

Diante disso, o ecoturismo surge como alternativa econômica viável com possibilidade de gerar benefícios diretos e indiretos para as comunidades envolvidas, mas também como um instrumento de valorização cultural, pois é a diversidade cultural, a cosmovisão, os ritos, os mitos desses povos, os principais atrativos para o ecoturista.

Considerações finais

No imaginário coletivo mundial, a Amazônia surge como santuário ecológico e como “território índio” estando à cultura indígena imensamente associada *ao produto Amazônia*. O turismo indígena bem como o ecoturismo encontra no estado do Amazonas o ambiente propício para o desenvolvimento dessa modalidade criando uma forte identidade turística que destacará o Amazonas como Estado referência no cenário nacional e internacional.

Entretanto, o turismo praticado no Estado do Amazonas é um turismo internacional voltado a turistas estrangeiros onde a grande maioria da infraestrutura turística, seja equipamentos turísticos ou de apoio, pertencem as oligarquias políticas regionais e a empresários/corporações estrangeiras, que visam apenas o lucro imediato e o acúmulo do capital, considerando sempre, as populações tradicionais como mão-de-obra barata, excluindo-as de todo e qualquer processo de planejamento e/ou gestão das atividades turísticas.

Esse tipo de turismo voltado ao mercado internacional e excludente impera na Amazônia e na maioria dos municípios que compõem o pólo de ecoturismo do estado do Amazonas.

Numa região como a Amazônia, com tamanha biodiversidade, sociodiversidade e diferenças socioeconômicas, é importante que a comunidade e seus residentes recebam benefícios satisfatórios do turismo

para motivar as mudanças desejadas, porque o desenvolvimento do turismo pode requerer mudanças de comportamento no sentido de passar a conservar o ambiente em vez de destruí-lo. A melhoria do nível de vida da comunidade deve ser benefício principal para que haja uma melhor distribuição da riqueza e um melhor equilíbrio social..

As culturas indígenas e caboclas podem ser inseridas no turismo, seja na modalidade do ecoturismo indígena ou no ecoturismo comunitário por meio dos artesanatos, que devem ser incentivados; por meio de seus ritos e mitos que possam ser expostos e mostrados em apresentação pública desde que não sejam profanados ou mercantilizados; por meio da culinária; por meio da observação e participação do modo de vida e cotidiano; por meio de trilhas interpretativas onde há a fusão do patrimônio natural com o cultural; por meio da construção de museus específicos para São Gabriel da Cachoeira com seus 23 povos, e com a criação de eventos como Convenção de Línguas e Territorialidades Indígenas e etc.

As entidades indígenas do Amazonas e da região do Rio Negro, ainda não têm uma posição em relação ao turismo indígena, seja pela falta de informação e discussões sobre o assunto ou ainda pelo receio dos danos que essa atividade poderá causar. Há necessidade de promover uma discussão urgente com entidades indígenas e lideranças de comunidades municiá-las de conhecimento pó meio da formação e capacitação para que possam criar diretrizes específicas para essa modalidade de turismo de acordo com cada povo respeitando e preservando sua cultura, ou seja, cada povo deve planejar e participar de todo o processo de planejamento e gestão do ecoturismo.

De acordo com os princípios do etnodesenvolvimento a cultura pode ser resgatada e valorizada por meio dessas estratégias, e promover inclusão social das comunidades envolvidas, com justiça social e redução das desigualdades através da redistribuição de renda, que necessitam de investimentos financeiro e técnico para o seu pleno desenvolvimento e sucesso. Deve se ressaltar que todas essas estratégias devem contar com a participação das

comunidades envolvidas, das entidades de classe e órgãos públicos, FUNAI, IBAMA, consultoria especializada por meio de parcerias com universidades e ONG's e etc.

E parafraseando Farias (2001:10), conscientizar as comunidades só se concebe dentro da sua cultura num processo gradativo de revelação do cotidiano e imaginário, a partir dos quais os atrativos são idealizados e configurados. Dessas ações, nasce a autonomia individual e coletiva, ensejando a concretude expressa nos atrativos, na sua organização e venda. Deve-se refutar as concepções exclusivamente econômicas e agregar aos atrativos, ações de responsabilidade social, desenvolvendo uma teia de solidariedade local.

Portanto, a participação efetiva da comunidade no planejamento do (eco) turismo em conjunto com governo, *trade* turístico e pesquisadores é um grande desafio para a região e seus atores, pois sabemos que as populações locais, nativas estão sempre a margem do grande movimento capitalista global em que a correlação de força desigual tende sempre para o mesmo lado, do capital e do lucro. E para que isto venha acontecer será necessária a construção de uma civilização para o turismo, por meio de uma educação para o turismo, em que a justiça social, conservação e valorização do patrimônio cultural, natural e humano sejam seu *ideal* e não apenas retórica. Não se concebe pensar em ecoturismo para a Amazônia e para o Amazonas sem o planejamento participativo e comunitário para garantir a sustentabilidade socioambiental, econômica e cultural dos povos amazônicos.

“Os povos da Amazônia são hoje, os mais ricos depositários dos valores que irão nortear a reorganização popular futura do ocidente. O nosso engajamento pela sobrevivência desses povos é fundamental para o futuro esperançoso da humanidade” (Egidio Schwade, 1992).

## Bibliografia

Batalla, Guilherme Bonfil et al. 1982 *América Latina: etnodesarrollo, etnocidio*. Costa Rica: FLASCO.

- Cruz, Rita de Cássia.  
2000 *Política de Turismo e território*. São Paulo: Contexto.
- \_\_\_\_\_. “Políticas Públicas de turismo e (re) organização do espaço na Amazônia brasileira”. In: Faria, Ivani (Org.) *Identidade e Turismo: Patrimônio, e sustentabilidade*. Manaus: EDUA (no prelo).
- EMAMTUR.  
1997 *Projeto Pólo de Ecoturismo do Estado do Amazonas*. Manaus.
- EMBRATUR.  
1991 *Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo*. Brasil.
- Faria, Ivani Ferreira.  
1998. “Turismo em área indígena: Projeto Tiquié”. In: Vasconcelos, Fábio P. (Org.) *Turismo e Meio Ambiente*. Fortaleza: FUNECE.  
2000. “Ecoturismo: ilusões e contradições”. *Revista da Universidade do Amazonas*, 2(2): 1-18. Manaus, jan./dez.  
2003 *Território e territorialidades Indígenas do Alto Rio Negro*. Manaus: EDUA.  
1997 *Território Indígena: o direito imemorial e o dever*. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana). Universidade de São Paulo – USP.
- Farias, Eny Kleyde Vasconcelos.  
2001 “Interpretação do Patrimônio e Desenvolvimento Local, Integrado e Sustentável”. *Revista ComTextos Turísticos* (pp 6-10), n. zero, novembro. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística IBGE. 2000 Censo Demográfico.
- Ministério do Meio Ambiente.  
1997 *Manual de Ecoturismo Indígena*. Brasília: MMA.
- Ministério do Meio Ambiente.  
1997 *Programa Piloto de Ecoturismo em Terras Indígenas. Workshop*. Bela Vista de Goiás.
- Ministério do Meio Ambiente.  
1997 *Programa Piloto de Ecoturismo em Terras Indígenas. Metodologia*. Cidade Jardim\RJ.
- Stavenhagen, Rodolfo.  
1884 “Etnodesenvolvimento: uma dimensão ignorada no pensamento desenvolvimentista”. *Anuário Antropológico/84* (pp.13-56)..Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- 1997 “Las organizaciones indígenas: actores emergentes em América Latina”. *Revista de la CEPAL*, 62: 61-73.
- SUDAM (superintendência de Desenvolvimento da Amazônia).  
1993. *Plano de Desenvolvimento da Amazônia*. PDA: 1994-1997. Belém.
- Swain, Margaret Byrne.  
1989 “Gender roles in indigenous tourism: Kuna Mola, Kuna Yala an cultural survival”. In: Smith, V. (Org.). *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. University of Pennsylvania Press.
- Van Den Berghe, Pierre L.  
1995. “Marketing Mayas: ethnic tourism promotion in Mexico”. *Annals of Tourism Research*, 22 (1): 568-588.
- Van Den Bergue, Pierre L & Keyes, Charles F.  
1984 “Introductions: tourism and re-created ethnicity”. *Annals of Tourism Research*, 11 (1): 343-352.
- Verdum, Ricardo.  
2002 “Etnodesenvolvimento e Mecanismos de Fomento do Desenvolvimento dos Povos Indígenas: A Contribuição do Subprograma Projetos Demonstrativos (PDA)”. In: Lima, Antonio Carlos e Barroso-Hoffmann Maria (Orgs.). *Etnodesenvolvimento e políticas públicas: bases para uma nova política indigenista* (pp..87-105). Rio de Janeiro: Contra-Capa/LACED.
- Wood, Robert E.  
1984 “Ethnic tourism, the state, and cultural change in southeast Asia”. *Annals of Tourism Research*. 11(1): 353-374.
- Yázigi, Eduardo et all (org).  
1996 *Turismo, Espaço, paisagem e Cultura*. São Paulo: Hucitec.
- Yázigi, Eduardo.  
1998 *Turismo: uma esperança condicional*. São Paulo: Plêiade.  
2001 *A alma do lugar*. São Paulo: Contexto.

Recibido: 17 de septiembre de 2004

Aceptado: 15 de diciembre de 2004



# **I Conferencia Internacional de Patrimonios e Identidades**

**Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas**

**Universidade Técnica de Lisboa**

La I Conferencia Internacional de Patrimonios e Identidades, realizada en los días 24, 25 y 26 de Noviembre, por el Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, de la Universidade Técnica de Lisboa, tuvo por objetivo promocionar una reflexión teórica destinada a clarificar los principales abordajes en el estudio de la problemática del patrimonio en su relación con el concepto de identidad, así como estimular un debate alrededor de las metodologías de análisis de estas temáticas. Por otra parte, se ha pretendido también incrementar fomentar el intercambio de conocimientos y experiencias de investigación entre comunidades científicas de diferentes países, buscando así, contribuir para una creciente promoción de la investigación desarrollada en Portugal en contextos internacionales.

Estos objetivos se concretan en los siguientes aspectos:

- ✚ Participación de 19 conferencistas, de los cuales 9 de nacionalidad extranjera (3 españoles, 2 británicos, 1 brasileño, 1 australiana y 2 norte-americanos). Los 10 participantes de nacionalidad portuguesa provienen de distintas universidades e institutos de investigación (ISCSP, ISCTE, Universidade de Coimbra e IICT).
- ✚ Presencia de cerca de 150 participantes, investigadores y estudiantes de postgrado, pero también alumnos de licenciatura y técnicos del sector.
- ✚ Las contribuciones teóricas y metodológicas se han revelado diversificadas en el plan de los abordajes y de las conclusiones presentadas. Las comunicaciones han convergido en el sentido de reconocer la existencia de una relación diversificada y multivocal entre patrimonio e identidad, cambiante en función de los contextos de análisis.
- ✚ La publicación de las comunicaciones presentadas en la Conferencia se encuentra en discusión, estando prevista una edición en libro y otra en CD ROM.

**Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas**  
**Universidade Técnica de Lisboa**

<http://www.iscsp.utl.pt/>

## El espacio turístico en países emergentes: la morada disgregada del hombre

**Alfredo Ascanio, Ph.D** †  
Universidad Simón Bolívar (Venezuela)

---

**Resumen:** Este artículo analiza la armonía y el equilibrio entre una planificación integrada y sustentable del turismo y el proyecto relativo a la ciudad donde van a residir los trabajadores de las diferentes empresas turísticas. Discute las estrategias para que estos diseños no sean desbordados por las poblaciones que se trasladan al sitio, resaltando los estudios demográficos previos a fin de hacer las debidas previsiones. El espacio turístico no se diseña al igual que una ciudad, pues el turista no reside sino se aloja con el fin último de utilizar los equipamientos recreativos y el medio ambiente natural. En cambio, el espacio geográfico donde residirán los trabajadores, debe asegurar una densidad adecuada y un conjunto de servicios urbanos que permitan una habitabilidad digna

**Palabras clave:** Planificación turística; Demografía turística; Análisis de proyectos integralmente concebidos.

---

**Abstract:** This article analyzes the harmony and the equilibrium among a planning integrated and sustainable of the tourism and the project relating to the city where are going to reside the workers of the different tourist businesses. It discusses the strategies so that these designs are not overflowed for the populations that are transferred al place, standing out the prior demographic studies in order to do them owed forecasts. The tourist space himself is not designed al the same as a city, therefore the tourist does not reside but lodges with the last end to utilize the recreational equipment and the natural environment. On the other hand, the geographical space where the workers will reside, should assure an adequate density and an assembly of urban services that permit a worthy habitability.

**Keywords:** Tourist planning; Tourist demography; Analysis of projects integrally

---

---

† • Alfredo Ascanio es economista y doctor en ciencia política. Profesor titular de la Universidad Simón Bolívar. Desde el año de 1970 se dedica a los asuntos relacionados con planificación, programación y proyectos turísticos. Su último libro fue publicado en Brasil por la Editorial Papirus y trata el tema del proyecto hotelero pero concebido en el contexto de la planificación intregal (2003). E-mail: ajascanio@cantv.net

## Introducción y planteamiento del problema

Decía Bárbara Ward en su libro *La Morada del Hombre* que:

[...] las ciudades residenciales no deben construirse tan sólo con fines económicos - para explotar un mercado de propiedades - ni por razones políticas, como glorificar al príncipe (en cualquier forma de gobierno). Deben contruirse para la gente, en primer lugar para los pobre (Ward, 1976: 30)

Señalaba también esta autora inglesa, que las familias de los asentamientos humanos deberían poder satisfacer las mínimas necesidades de: alimentos, energía, abrigo, trabajo y recreación. Y podemos imaginar que la palabra "mínima" se había colocado en ese párrafo, debido al grave desbalance entre los recursos disponibles y por disponer, y el crecimiento exponencial de los más necesitados que migran a los centros turísticos en búsqueda de empleo y una mejor calidad y género de vida.

La moraleja de todo esto es que las ciudades no se deben construir al azar y en la búsqueda desenfrenada del lucro, sino con propósitos humanos.

Los modelos de planificación turística integral que tienen como objetivo estimular la colaboración entre las partes implicadas y lograr entonces un verdadero desarrollo sustentable (Truly y Leisen, 1999), se preocupan muchos más por la estrategia de segmentación de los mercados; y mucho menos, por asegurar una sinergia entre el espacio lúdico para los visitantes temporales y la ciudad residencial para los trabajadores. De hecho se ha criticado, a menudo, que la planificación turística es "impuesta" sobre las necesidades de la población local anfitriona; y que esta planificación se ha convertido en una actividad dominante dentro de un economía en transición (Dachary, 1994).

Un buen ejemplo de una planificación problemática de las ciudades turísticas de América Latina puede ser Cancún, en el caribe mexicano. Allí, la tierra ganada para fines lúdicos y comerciales redujo la tierra disponible para los lugares de la clase trabajadora que llegaba allí en la búsqueda de empleos y duplicó la presión sobre un espacio que se hacía insuficiente.

Reconocemos que Cancún fue un espacio

afortunado para el trabajo de los tour operadores, de los hoteleros y negocios diseñados para satisfacer al turista; no obstante como siempre sucede después, Cancún, y su pequeño espacio para la residencia de los trabajadores, simplemente creció como mejor pudo, sin ningún plan aparente que no fuese más espacio para las diversiones y asegurar así una fuente de divisas segura. Como resultado de esa presión, el valor de la tierra no urbanizada debe haber crecido en forma exponencial, y por ello cualquier otra ampliación futura costaría bastante más que el plan original.

## Cancún: un caso mejicano bien conocido

El flujo migratorio desde Quintana Roo y desde la Península de Yucatán y el crecimiento desigual en los nuevos espacios planificados, está muy bien descrito en el artículo de Alfredo César Dachary (1994), donde se analizan todas las consecuencias del crecimiento demográfico, tanto de turistas como de las poblaciones para alojar a los trabajadores y también la implacable aculturación acelerada y nociva en esa área geográfica. Hagamos pues un resumen de este caso para ilustrar estos problemas.

El desarrollo turístico en las islas de Cozumel-Cancún-Mujeres, que comenzó a planificarse en la década de los años 60; y a construirse, en la década de los años 70, tuvo un crecimiento espectacular. Solamente para el año de 1992, ya se había pasado de apenas 100 habitaciones hoteleras a una cantidad bastante mayor de aproximadamente 21.000 habitaciones. Incluso, la población local creció desde cero a 300 mil habitantes, lo cual indicaba el efecto de "arrastre" que puede producir una migración de trabajadores que al informarse de un determinado plan turístico, buscan fuentes de empleo estable y un mejor medio de vida. Pero: ¿cuáles fueron los impactos que tuvo este brusco crecimiento del turismo masivo de sol y playa, no sólo en las islas ya nombradas sino en el Estado de Quintana Roo y en la Península de Yucatán?

Se ha estimado que para el año de 1992, sólo en Cancún llegaban más de 1.400.000 turistas que seguramente pernoctaban al menos 5 noches. Así pues, las habitaciones

demandadas, solamente en esa isla del caribe mexicano, se podían estimar en 13.300 suponiendo una ocupación media muy elevada y mayor del 70% al año.

Cancún fue un centro integralmente planificado, pero es probable que esta palabra “integralmente” no haya tomado en consideración la planificación adecuada de las áreas residenciales, para toda una población de trabajadores que debía irrumpir en ese espacio geográfico, debido a las expectativas de posibles empleos e incluso del mismo incremento veloz del turismo.

El Banco Nacional de México asumió la política turística en esos espacios caribeños y mediante un Fondo de Infraestructura Turística, implementó el desarrollo turístico de Cancún.

El espacio lúdico, que se ofrecería a los turistas, fue muy bien planificado según previsiones conservadoras del crecimiento de los visitantes temporales; e incluso, la ciudad de Cancún, como un centro residencial para alojar a los mandos medios de los hoteles, de la burocracia y de la población de servicios, estuvo relativamente bien concebida, pero para una población limitada y con limitados servicios.

Ahora bien, el gran error del planificador fue no prever el crecimiento demográfico y en especial de la población que emigraba en búsqueda de empleos y se alojaría en la Colonia Puerto Juárez, concebida como una ciudad dormitorio de 10 kilómetros de largo por un kilómetro promedio de ancho.

Esta Colonia fue diseñada en forma de retícula tradicional, con muy pocas zonas verdes y con carencia de algunos servicios básicos. La explosión demográfica de Cancún fue muy elevada, no sólo en la misma zona hotelera, sino en los espacios residenciales para la clase media trabajadora; y por supuesto, en los espacios previstos para la clase obrera. ¿Por qué no se pudo prever a tiempo el impacto demográfico?

### **El asunto de la planificación y el crecimiento poblacional**

Es bien sabido, que si para el año de 1992 ya existía en Cancún más de 20 mil habitaciones hoteleras, la mayoría de lujo, esto solamente suponía una población trabajadora directa de al menos 20.000 personas y seguramente 3 veces más si se conta-

bilizaban los trabajadores indirectos; y si ya se había previsto, que el crecimiento del turismo iba a ser de al menos el 30% anual, ello estaba indicando que era probable, que para el año de 1995, el turismo en Cancún, llegase a más de 5 millones de visitantes temporales, lo cual ya suponía un aumento del alojamiento hotelero en por lo menos 30 mil nuevas habitaciones, con sus consecuencias demográficas, impactando a los espacios geográficos planificados y en especial aquellos que, según los criterios de la sustentabilidad, deberían ser dedicados a la preservación de áreas frágiles, ya que ello formaba parte de la estrategia de los planificadores.

Igualmente, era de esperarse que la Colonia de Puerto Juárez y el ejido Alfredo Bonfil, podrían crecer tres veces en espacio e incluso invadir los espacios cercanos al aeropuerto de Cancún. Además, todo ello debería haberse previsto; y estimar, no sólo el posible crecimiento de la población fija, sino también el incremento de la población flotante, que como sabemos es altamente estimulada por el “boom” turístico que se divulga para un espacio determinado.

En un estudio relacionado con una importante estación balnearia del Estado de San Pablo, en Brasil, o sea: Bertioiga, allí se señalaba que “se estimaba para el año 2.001 una población fija de 30.903 habitantes, lo cual presentaba una de las mayores tasas de crecimiento poblacional en el país del 16,11% al año. Esta alta tasa demográfica podía ser explicada por una reciente expansión inmobiliaria turística observada en las cercanías de su línea marítima, y que absorbía una intensa mano de obra, que provenía de la migración” (Chequer y Rejowski, 2003). Esto nos indica, de nuevo, como el crecimiento del turismo, en un lugar geográfico determinado, incentiva los flujos poblacionales debido a las expectativas de lograr empleos, aunque sea estacionales.

Lo mismo sucedió en el caso del desarrollo de Bariloche, como un lugar turístico en Argentina; las obras realizadas allí por la Dirección de Parques Nacionales, crearon una gran demanda de mano de obra externa, la cual decidió quedarse a vivir en el lugar, con la esperanza de trabajar para el turismo, pues esa sería la actividad futura dominante.

Igualmente, Bariloche fue un polo de atracción para argentinos y para la población chilena de bajo nivel socioeconómico, e incluso para empleados de estancias ubicadas en la meseta patagónica; el lugar fue también un polo de atracción para inmigrantes europeos como alemanes y eslovenos, quienes terminada la Segunda Guerra Mundial vieron en ese espacio geográfico una oportunidad para trabajar. Todo ello produjo en 30 años, un incremento poblacional que pasó de más o menos 16 mil habitantes en el año de 1960, a más de 80 mil habitantes en el año de 1991. (Schlüter, 1994).

Incluso en este caso de Bariloche, surgió una mezcla de poblaciones sin raíces ni identidad cultural, es decir: sin historia colectiva ni tradiciones, lo cual afectó a la comunidad en su etapa embrionaria. Pero también se formaron barriadas marginales, donde se instalaba una población de emigrantes sin trabajo permanente. Todo esto creó una gran presión sobre el medio ambiente, en un lugar que, en ese momento, no contaba con un Plan Regulador que controlara el caos y las improvisaciones. (Schlüter, 1994).

Lo que queremos resaltar con estos ejemplos, es que la planificación integral y sustentable tiene que tomar en consideración no sólo los espacios para recibir a los turistas, sino igualmente los espacios para alojar a los trabajadores potenciales según la posible expansión poblacional y sus necesidades más apremiantes.

Siempre será necesario hacer buenos estimados del posible crecimiento, tanto del turismo internacional como del turismo nacional, para poder establecer las necesidades potenciales en cuanto a los alojamientos y los servicios urbanos, tanto para los espacios turísticos, como para los lugares donde se localizaría la población potencialmente trabajadora, sin vulnerar los espacios destinados a otros fines como: áreas verdes y espacios geográficos frágiles (humedales, zonas de manglares, etc...), que muchas veces están conectados a otras áreas, como las barreras coralíferas y las

lagunas naturales e incluso cualquier otra zona que están allí para amortiguar los impactos negativos.

### **¿Turismo como un medio para mejorar la calidad de vida de población trabajadora residente?**

El objetivo básico y prioritario del desarrollo turístico, además de ser un negocio rentable, debe igualmente mejorar la calidad de vida del residente y de los trabajadores de un centro integralmente planificado.

Si el turismo en un espacio geográfico determinado, se va a convertir en un sector de servicios dominante, entonces es necesario buscar nuevos modelos para planificar, sin profundizar los contrastes entre un centro lúdico agradable para el turista y los centros residenciales que pueden transformarse en marginales.

El reto de los nuevos planificadores consiste, entonces, en hacer previsiones de lo que pueda ocurrir, manejando varios escenarios, donde los aspectos demográficos son vitales.

No se puede seguir planificando con modelos semi-estáticos, que no toman en cuenta los posibles cambios dinámicos y sus impactos negativos. Es necesario disminuir el riesgo de equivocarse y mejorar los modelos, donde las previsiones demográficas y la capacidad de carga son, no hay duda, prioritarias, al lado de otras variables previsibles relacionadas con el medio ambiente, el empleo y la economía (Toledo, 2003).

El punto de partida obvio debió ser el haber previsto lo que podría suceder sino se balanceaba o se buscaba un equilibrio entre los espacios lúdicos planificados y el espacio necesario para alojar a la población de trabajadores, que es atraída por esos proyectos turísticos.

El mayor don de un espacio lúdico es la plenitud de la vida humana en toda su exuberancia, la posibilidad de mezclar la cultura y experiencias del visitante temporal con la cultura del residente y aun de percibir, vagamente, todas las rarezas y extravagancias del comportamiento humano, cuando se dedica a recrearse, e igualmente los comportamientos de una subyacente humanidad compartida que se enriquece y no se pone en peligro, si se comparte en



forma equilibrada las necesidades de la comunidad.

No debemos idealizar, pero al menos tenemos que planificar bien, para evitar las hostilidades entre clases y en especial si se exacerbaban las diferencias basadas en ingresos y oportunidades, cuando surgen los contrastes, entre el lujo de los sitios turísticos y la pobreza de los lugares residenciales para los trabajadores, marginados, que se ubican en los anillos periféricos de los suburbios sin amenidades urbanas básicas.

Acaso sea posible resumir el problema de la vida urbana en los espacios lúdicos de países en vías de desarrollo, diciendo que los asentamientos se han hecho amorfos y divididos social y culturalmente; y que la mayoría, han mostrado una dudosa hoja de equilibrio ambiental y por lo tanto de sustentabilidad.

¿Por qué se ignoran los estudios demográficos pertinentes para poder proyectar y evitar lo que es posible que ocurra? ¿Existe acaso otros modelos para planificar el turismo a diferencia de los modelos que diseñan ciudades?

### **Los espacios lúdicos y las decisiones relevantes**

El continuo desplazamiento de poblaciones rurales y semi-urbanas a los polos turísticos que no han sido bien planificados, en la parte que le corresponde a la futura comunidad receptora, aumenta lo incierto del futuro para los trabajos tradicionales y menos especializados, para dar paso, al trabajo informal de la mayoría de los "conmutantes" y al deterioro acelerado de su hábitat.

Lo anterior es menos dramático en aquellos poblados pequeños donde el turismo si apenas cambia algunos espacios especiales para la construcción de hoteles o nuevos centros comerciales. Un ejemplo mexicano es Guanajuato o bien Cuernavaca; y se repite, en varias islas pequeñas del Caribe insular.

No obstante, en los llamados centros turísticos integralmente planificados, el resultado ha sido perversamente dual: una mayoría de turistas extranjeros, de alto poder adquisitivo, disfrutando en el espacio de la ciudad lúdica, pero rodeados de

suburbios marginales, donde no han podido surgir los círculos virtuosos del desarrollo, sino la trampa de la pobreza.

El espacio turístico humanizado no puede sobrevivir si surge el abuso y el despotismo, ni tampoco una libertad basada en la injusticia tolerada. Estos espacios lúdicos, o los espacios turísticos del siglo XXI, tendrían que basarse en una nueva síntesis de tareas compartidas y de cooperación entre la comunidad de visitantes y la comunidad receptora, pero también entre los planificadores, los inversionistas, los operadores y las poblaciones de acogida; y por esa vía llegar a determinar las verdaderas necesidades, a fin de asegurar que no surjan los problemas de las segregaciones injustas.

Sea cual sea la ideología dominante, lo importante en la planificación y en el desarrollo de los espacios lúdicos: es la participación de todos los actores involucrados. (Ward, 1976: 121). Pero el punto de partida que deben considerar los planificadores es el tamaño mismo del crecimiento de la población, bien sea el crecimiento vegetativo, como el crecimiento de la misma migración rural-urbana. Los riesgos son elevados y por ello, es necesario buscar soluciones, para que el turismo se convierta en un medio para elevar la calidad de vida especialmente de los anfitriones y permita, además, diseñar piezas escenográficas para el disfrute de los turistas no residentes.

### **Los espacios lúdicos y los problemas de la economía urbana**

Un problema serio sería la inflación, que casi siempre termina con las buenas iniciativas y con los subsidios para los más necesitados e incluso afecta a los hoteles nacionales e internacionales, que a veces proliferan cuando existe un "boom" turístico –y que requieren al menos trabajar mucho más allá de un 35% de su capacidad instalada, o sea su punto de equilibrio, para poder obtener beneficios –

Si los servicios municipales se hacen más caros, la base impositiva local se puede reducir al elevarse las presiones: un clásico círculo vicioso, que impacta a las ciudades especialmente en los países con economía mixta.

Si los planificadores de centros turísticos tuviesen una mayor previsión sobre la po-

sible llegada de migrantes en búsqueda de nuevos empleos; y si hubiesen medidas de política pública turística, para afrontar los problemas de sus futuros polos turísticos, entonces si se podría lograr un desarrollo más equilibrado, con una base fiscal más sólida y un control concertado más estable de los precios e ingresos, que es igual que buscar el equilibrio entre oferta y demanda.

A veces se tiene la sensación de que el concepto de sustentabilidad se refiere más a preservar las especies de flora y fauna en peligro, que lograr la mejora del hábitat donde el ser humano realiza gran parte de su vida.

El otro asunto importante es que la parte recreativa del turismo, fuera del alojamiento y las instalaciones de otras empresas, se realiza en espacios públicos, es decir que los operadores obtienen ganancias derivadas no sólo de su trabajo al guiar e interpretar los espacios utilizados, sino del uso de la infraestructura y amenidades de la comunidad receptora y del beneficio de contar con las mejoras en su entorno natural.

Además, las obras públicas no pueden financiarse sólo con el crecimiento de las divisas turísticas, sino primordialmente con los impuestos que pagan los ciudadanos y no pagan los turistas, ni las empresas que diseñan los planes de desplazamientos desde el exterior.

Las bellezas y comodidades que no tienen sino un valor intangible y sin precio en el mercado, quedarían excluidas de una posible compra-venta de los espacios lúdicos o de su uso privado con fines recreativos, por eso es imposible confiarse sólo en el libre mercado del suelo turístico, para producir los equilibrios y el bienestar para todos los usuarios potenciales.

Una solución compleja y costosa en cuanto a su administración, sería devolverle a la comunidad receptora las ganancias no merecidas de desarrollos no sustentables, siempre que haya existido un empeoramiento del espacio geográfico utilizado; pero ello supondría quizá asignar también una indemnización a los municipios, que presenten proyectos de renovación; o bien, establecer un nuevo plan de manejo como una opción alternativa, si el gobierno deseara eliminar los daños todavía no irreversibles y elevar los beneficios sociales.

### **Espacios turísticos frágiles y ciudades residenciales: nuevas estrategias**

La cuestión básica es: ¿quién se beneficia de un desarrollo turístico, apropiado y de bajos impactos, al usarse los espacios públicos? Muchas de las zonas más frágiles son las más bellas, desde el punto de vista turístico-recreativo y por ello requieren ser bien protegidas y administradas.

El problema se presenta al surgir un incremento de los visitantes que ponga en peligro a esos espacios geográficos. Es necesario, entonces, que se busquen soluciones para un mejor control de los visitantes temporales, con la finalidad de evitar los impactos irreversibles que podrían terminar con los paisajes prístinos; o en todo caso, prevenir daños mayores, estableciendo los límites del crecimiento y las densidades adecuadas en los mismos planes de desarrollo.

Un problema que a se presenta a menudo es poder conciliar las densidades por hectárea adecuadas al concepto de sustentabilidad y las posibilidades de inversiones rentables que en todo caso buscan economías de escala. Igualmente, las bajas densidades crean problemas difíciles de manejar en cuanto a la democratización de los espacios lúdicos, pues un espacio de elevada calidad, es un producto mucho más costoso y podría beneficiar sólo a poblaciones de elevado poder adquisitivo.

En algunos lugares como la isla de Lanzarote en el archipiélago canario, por ejemplo, se ha limitado el desarrollo turístico y fue la Fundación César Manrique. Con los gobiernos locales, los que establecieron los criterios de planificación turística en el interés general de la comunidad; de esa manera, la misma comunidad estaba regulando su propio ritmo de desarrollo. Pero quizá Lanzarote sea una excepción, porque como una vez señaló la Arquitecta española Rosa Barba:

[...] hay mucho suelo comprometido en operaciones que se vacían paulatinamente, con lo que queda en el aire la industria (sic) de servicios que depende de ellos. También la urbanización turística ha agotado, casi expoliado, el paisaje que le dio origen, con lo que además del daño social y al patrimonio que ello representa, la industria de la construcción que alimentó esos lugares, se

queda sin mercado en las áreas ocupadas, mientras que en las nuevas pende el fantasma de lo que va a producir el desarrollo actual en el futuro. (Barba, 1988: 13)

Es decir, lo comprometido se ha quedado obsoleto y es necesario recuperarlo de otra manera; y también es urgente buscar una nueva y mejor vía conceptual para proyectar el suelo y el paisaje. Pero, ¿cómo debe ser entonces proyectada la urbanización del suelo para el uso turístico?

La hipótesis consiste en buscar un nuevo equilibrio de las formas de vida, para poder disfrutar con cierto confort el marco natural durante un período corto vacacional, en el que se “consumen” servicios y paisajes; pero siempre con la precondition de poderse sustraer a la cotidiana vida urbana, a fin de relacionarse de una manera diferente con otro entorno más aventurero y primigenio, es decir espacios que en realidad son pseudo-eventos mágicos, que esconden en parte el mundo real. (Urry, 1990: 17).

El marco para lograr esa estrategia es diseñar, en un espacio geográfico con buen clima, bellos paisajes y una nueva cultura, lugares no masificados y no degradado. Es así como esa otra práctica de la urbanización turística es concebida por Leira y Quero (1988), como algo muy diferente a la manera de planificar las ciudades tradicionales.

Para estos arquitectos, es necesario un orden territorial del conjunto de una manera escenográfica en el espacio natural, diferenciando cada elemento del sistema para que logren su autonomía.

Como el visitante temporal no es un residente, lo más importante no es la vivienda, sino las actividades que el turista realizará en el lugar seleccionado, por lo que el equipamiento recreativo debería ser fundamental y dominante.

La organización del espacio debe entonces responder a los comportamientos de todos los actores y debe formar parte de un producto diseñando para que cada pieza funcione de una manera bien diferenciada y con elevada calidad.

No se trata de desarrollar un conglomerado de camas como un barrio-dormitorio, sino de diferenciar cada pieza para que se adapte al paisaje donde se ubique y pueda ofertarse un producto de alta calidad y además de muy baja densidad, a fin de

lograr una estrategia de operación y rentabilidad concertada, ya que la baja densidad, como ya se dijo, podría poner entre dicho la factibilidad financiera de un plan con sus programas y proyectos.

## Conclusión

Es muy importante que en el grupo de planificadores se encuentre una persona clave: el demógrafo, que se ocupe de trabajar varios escenarios del crecimiento probable, tanto de la población turística como de la población residencial y flotante, a los fines de lograr un acertado proyecto sustentable.

El caso de Cancún y las referencias sobre los incrementos de la oferta inmobiliaria en los balnearios de San Pablo y también en Bariloche, son buenos ejemplo de una planificación integral que debe ser mejorada, a fin de evitar que la sustentabilidad se transforme en una planificación impugnada o controvertible, lo cual es el polo opuesto de lo que se desea lograr.

El espacio turístico planificado tiene entonces que armonizar dos problemas: 1) concebir una nueva manera de organizar el espacio turístico en piezas escenográficas autónomas, donde el equipamiento recreativo sea primordial y más importante incluso que las unidades de vivienda; y, 2) concebir una ciudad dormitorio para los trabajadores, de manera que se asegure un modo de vida digno y se diseñe el espacio considerando las previsiones demográficas, tanto del crecimiento vegetativo de la población como de las corrientes de emigrantes que provienen de otros lugares rurales y urbanos, respondiendo a las expectativas de un empleo estable y una mejor calidad y género de vida.

## Bibliografía

- Barba, Rosa  
1988 “Los nuevos lugares en el territorio. Los espacios del turismo”, *Revista Geometría*, 12: 12-27.
- Clancy, Michael  
1999 “Turismo y Desarrollo. El caso de

- México”, *Annals of Tourism en Español*, 1(1): 1-23.
- Dachary, Alfredo César y Arnaiz Burne, Stella Maris, Cancún  
1994 “El enclave turístico y sus costos”, *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 3(2): 99-114.
- Chequer Bauer, Rafael y Rejowski, Mirian  
2003 “Oferta turística de Bertiooga (SP): caracterización, evolución e análisis”, *Turismo em Análisis*, 14(1): 65-84.
- Leira, Eduardo y Quero, Damián  
1988 “Otra práctica de la urbanización turística”, *Revista Geometría*, 12: 2-11.
- Montiel Rodríguez, Sonia  
2003 “Turismo y población: algunas reflexiones sobre sus interrelaciones” en Alberto Capacci (ed.) *Paisaje, ordenamiento territorial y turismo sostenible*. Genova: Brigati,.
- Schlüter, Regina  
1994 “San Carlos de Bariloche: costos y beneficios del ecoturismo”, *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 3(2).
- Toledo, Geraldo Luciano, et al.  
2003 “Gestão Interdisciplinar do turismo no planejamento estratégico regional: estudo de casos latino-americanos”. *Turismo em Análisis*, 14(1): 5-19.
- Urry, John  
1990 *The tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies*, London: Sage Publications.
- Ward, Barbara  
1976 *La morada del hombre*, México, Fondo de Cultura Económica.

Recibido: 07 de julio de 2004

Aceptado: 30 de octubre de 2004

O Turismo praticado pela Pousada Ecológica Aldeia Dos Lagos junto às Comunidades de São João, Santa Luzia do Sanabani e São Sebastião do Itapani no município de Silves – Amazonas

**Vanúbia Araújo Laulate Moncayo** †

Universidad Federal do Amazonas (Brasil)

**Joana D'Arc Ribeiro** ‡

Instituto Nacional de Pesquisas do Amazônia (Brasil)

**Resumo:** Conciliar crescimento econômico e preservação dos recursos naturais passaram a ser um requisito obrigatório para a construção de uma sociedade sustentável. Seguimentos diferenciados surgem na tentativa de aliar esses dois extremos. O turismo está entre esses seguimentos. Reconhecido a partir da década de 90 como uma das alternativas mais viáveis para a implementação do desenvolvimento sustentável, o turismo vem ocupando espaço em fóruns de discussão em todo território nacional. A realização deste estudo buscou estudar as ações da pousada Aldeia dos Lagos junto às comunidades envolvidas a fim de comprovar se esse empreendimento pratica ou não o turismo sustentável. A pesquisa, cujos resultados são apresentados neste trabalho, foi realizada no período entre setembro a dezembro de 2002. Como procedimento metodológico utilizou-se a aplicação de questionários em três das cinco comunidades receptoras do trabalho da pousada com o intuito de verificar a percepção desses comunitários em relação as atividades desenvolvidas. Não obstante, os resultados da pesquisa mostraram que a prática turística desenvolvida pela pousada ainda não pode ser definida como sustentável, embora o Aldeia dos Lagos distinga-se da maioria dos hotéis de selva no Estado por oferecer ao visitante um turismo diferenciado. No estado do Amazonas, o turismo sustentável ainda parece distante de ser implementado embora já se testemunhe atividades turísticas calcadas nos princípios da sustentabilidade.

**Palavras chave:** Turismo sustentável; Pousada Aldeia dos Lagos; Silves; Comunidades; Atividades turísticas

**Abstract:** Economic growth and preservation of natural resources have become a duty for the construction of a sustainable society. Several seguiments appear and try to join these opposite sides. Tourism is one of them. Since the 90s it has been regarded one of the most practible alternatives for the implementation of the sustainable development. The accomplishment of this study aims to verify whether the Aldeia dos Lagos lodge practices or not the sustainable tourism inside the communities involved in the project. The data of this study were obtained from September to December/2002 and are presented in this job. As to the methodological procedures, questionnaires were applied in three of the five communities in order to know about the residents' perception in relation to the job developed by the lodge Aldeia dos Lagos. The results, however, have proved that the tourist activities practiced by Aldeia dos Lagos Lodge cannot be regarded a sustainable practice. Though, its activities differ from the ones practiced by most of the lodges in the State in that Aldeia dos Lagos offers its visitors a differentiated tourism. Therefore, tourism has been discussed throughout the Brazilian Territory. In the state of the Amazon, sustainable tourism seems to be far from being implemented although there are tourist activities based on the principles of sustainability.

**Keywords:** Sustainable tourism; Aldeia dos Lagos Lodge; Silves; Communities; Tourist activities

† • Vanúbia Araújo Laulate Moncayo es mestranda pelo curso de Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia, UFAM, Manaus, AM. E-mail: vmoncayo2002@yahoo .com.br

‡ • Joana D'Arc Ribeiro es doutora em Ecologia, INPA, CPCA; UEA, Manaus, AM. E-mail: jd@inpa.gov.br

## Introdução

O início da década de 70 assinalou um momento de profundas mudanças sócio-políticas no mundo. A partir dela, intensificou-se a preocupação com o meio ambiente no sentido de se preservar os recursos naturais para geração de lucro e manutenção do bem-estar humano. Nesse período, a proposta alternativa de desenvolvimento sustentável ante os riscos da degradação do meio ambiente ganha ímpeto incorporando estratégias de longo prazo (Lindenberg; Hawkins, 1993).

A sociedade brasileira impôs-se de forma definitiva em relação à questão ambiental somente nas décadas de 80 e 90. A partir daí, surgem os órgãos incumbidos de zelar pelo ambiente, exigindo uma conduta ética não apenas desses seguimentos, mas também da sociedade. Como alternativa de uso desse ambiente, surgem as questões voltadas para a sustentabilidade (Albagli, 1998; Araújo, 2001; Faria, 2001).

Precisamente na década de 90, reconhece-se no turismo uma alternativa viável de prover a tão almejada sustentabilidade. Contrapondo-se a prática do turismo tradicional, em que as limitações ambientais não são consideradas, o turismo sustentável nasce com a proposta de aliar crescimento econômico, uso adequado dos recursos da natureza e melhoria da qualidade de vida (Lage; Milone, 2002).

No estado do Amazonas, alguns órgãos públicos relutam em admitir o turismo como principal vetor para a construção de uma política desenvolvimentista. Entretanto, a discussão em torno do turismo sustentável vem aos poucos merecendo destaque nos diversos fóruns de debates, sejam eles acadêmicos, políticos, científicos, ou empresariais (Antonaccio, 1998)

Contudo, ainda não se conseguiu fazer com que a teoria do turismo sustentável passe à prática para servir de inspiração a diversos seguimentos públicos ou privados. Dentre os poucos exemplos de iniciativas nesse tipo de turismo no Estado estão as Reservas de Desenvolvimento Sustentável

do Piranha e a do Mamirauá.

O potencial turístico ofertado pela região possui um diferencial ímpar de outras localidades brasileiras e merece atenção. Como forma de valorizar esse potencial, um documento firmado entre o Ministério do Meio Ambiente – MMA, Governo do Estado e representantes do setor privado, sob o aval da Presidência da República concedeu ao Amazonas o título de “Estado Referência para o Ecoturismo no Brasil.

Para transformar as belezas naturais em produtos turísticos, surgem diversos segmentos hoteleiros, tendo como destaque os hotéis de selva, que com seus programas de natureza despertam ávido interesse de estrangeiros, cuja proporção ainda é muito maior em relação a dos brasileiros. Tais equipamentos turísticos representam um tipo de empreendimento único, em que o Amazonas é pioneiro e mantém a liderança na oferta de leitos.

Nesse seguimento, poucos são os empresários a adotar uma política ambientalmente correta quando da realização das atividades turísticas ofertadas por esses empreendimentos. Quase todos vêem nesses alojamentos de selva o alicerce para sua ascensão econômica. Como forma de gerar o lucro pretendido oferecem estruturas arquitetônicas luxuosas, porém, incompatíveis a sua localização, causando impactos, às vezes, irreversíveis ao ambiente. Apesar disso, existem aqueles que realizam um turismo diferenciado que se opõe a simples exploração dos recursos naturais.

Diante do exposto, procurou-se investigar se o turismo praticado pela Pousada Aldeia dos Lagos fundamenta-se nos princípios da sustentabilidade. Para tanto, as ações turísticas desempenhadas pela pousada ecológica “Aldeia dos Lagos” dentro das comunidades de São João, Santa Luzia do Sanabani e São Sebastião do Itapani, localizadas no município de Silves, serão descritas, bem como a percepção desses comunitários em relação a essas atividades.

### Procedimento metodológico

O presente estudo refere-se a coletas de dados obtidos nos meses de setembro, outubro e dezembro de 2002. Foram selecionadas as localidades de São João, Santa Luzia e São Sebastião do Itapani. Os critérios utilizados para a escolha das comunidades foram à proximidade com a Pousada Aldeia dos Lagos, bem como o trabalho realizado pela aludida pousada nas respectivas comunidades.

A comunidade de São João (Figura 1A) está localizada à margem do Lago Canaçari, aproximadamente 2,3 quilômetros da “Pousada Aldeia dos Lagos”. Até chegar a pousada, percorre-se cerca de três minutos de voadeira. O turismo, a agricultura e a pescaria são

algumas das atividades exercidas pelos comunitários para manutenção de suas famílias. Nessa Comunidade vivem cerca de 38 famílias, das quais 24 foram entrevistadas (o representante do lar).

A comunidade Santa Luzia do Sanabaní (Figura 1B), está situada à margem do Lago Sanabaní e distanciada a 3,71 km da sede do município. Para chegar até o hotel leva aproximadamente 10 minutos de voadeira. Suas principais atividades estão voltadas para o turismo, agricultura, pecuária, pesca, sendo essa a sua principal fonte de alimento. Nessa comunidade residem cerca de 28 famílias das quais 20 foram entrevistadas (representante do lar).



Figura 2 – Vista das comunidades entrevistadas no município de Silves. A= São João; B = São Sebastião e C = Santa Luzia. Foto: Moncayo, V. (2002).

A comunidade São Sebastião do Itapani (Figura 1C) esta localizada à margem do Rio Itapani, a 4,14 km da sede do município. Para chegar até a pousada leva aproximadamente vinte minutos de voadeira. Na comunidade tem 42 famílias. Desse número, somente 14 foram entrevistadas. Deve-se ressaltar que apenas 19 famílias moram efetivamente nessa comunidade, as demais freqüentam o local apenas nos finais de semanas.

Os questionários foram constituídos de perguntas abertas, fechadas e de reforço. Procurou-se no primeiro momento conhecer o entrevistado no que diz respeito ao seu nível de escolaridade, procedência, profissão e trabalho desenvolvido dentro da “Pousada Aldeia dos Lagos”. As questões abordadas nos questionários contemplavam também os aspectos econômicos, as atividades da pousada bem como a participação das comunidades nas atividades turísticas. Procurou-se através dos questionários observar sentimentos e expectativas dos comunitários a respeito do trabalho desenvolvido pelo “Pousada Aldeia dos Lagos”. Os dados coletados durante a aplicação dos questionários foram expostos qualitativamente em forma de gráficos na tentativa de simplificar os resultados.

O processo observacional sobre a área onde o hotel está instalado e nos locais das comunidades envolvidas auxiliou uma avaliação no que concerne a preservação do ambiente (limpeza, qualidade da água, tratamento do lixo). Na oportunidade, foi possível fazer uma análise sobre as construções existentes, comportamentos identificados e a interação do homem com o meio.

## **RESULTADOS**

### **Modificações estruturais e recepção aos turistas**

A pousada Aldeia dos Lagos, realizou mudanças estruturais para a recepção dos turistas, com o consentimento e a participação das comunidades.

Na comunidade Santa Luzia, construiu-se um depósito de lixo e um “Chapéu de Palha” onde os visitantes realizam as refeições. Alguns residentes foram treinados para desempenhar a função de guia, uma vez que a atividade turística lá realizada caracteriza-se pela saída dos visitantes. As canoas a remo são disponibilizadas e conduzidas pelos ribeirinhos para a prática da pesca com tarrafas, pequenas malhadeiras (redes) e zagaia (arpão caboclo), e focagem de jacaré com lanterna ao longo do Rio Sanabani. Retornando à área, oferta-se aos visitantes um piquenique, ocasião em que as histórias e as lendas amazônicas são contadas pelo residente mais velho dessa localidade.

Essas atividades fazem parte do pacote turístico ofertado ao visitante da Pousada Aldeia dos Lagos. Do valor do pacote é retirada uma pequena percentagem, na maioria das vezes inferior a cinquenta reais, para ser repassada aos comunitários partícipes. O empreendimento não interfere na distribuição do valor.

Nas comunidades São João e São Sebastião do Itapani os procedimentos diferem-se. Em São João, serve-se um lanche à base de mandioca ao visitante, que paga pelo serviço no ato da preparação; já em São Sebastião do Itapani não se trabalha com visitação, a atividade desenvolvida restringe-se às palestras educativas ministradas pelos agentes da pousada.

### **Projetos e parcerias**

A Pousada Aldeia dos Lagos firmou parcerias que possibilitaram a viabilização de alguns projetos dentro das comunidades. Com o apoio da WWF-Brasil, da Secretaria Municipal do Desenvolvimento Ambiental e Turismo nasceu o projeto “Caravana do Mergulhão” - um projeto de educação ambiental com orientações sobre a pesca artesanal, o tratamento da água e os cuidados com o lixo. O nome “Caravana” vem do fato de educadores da ASPAC e moradores de outras localidades chegarem em grupos de canoas e voadeiras nas vilas ribeirinhas onde se realizam os encontros. Essa campanha



teve como *slogan*: “Faça como o pássaro Mergulhão, pesque só o necessário”.

A pousada em parceria com o Programa do Pró-Várzea Amazônia adotaram o projeto da permacultura como sendo uma outra alternativa na manutenção da conservação dos lagos, da educação ambiental e de trabalho comunitário. Esse projeto tem como princípio a observação das estratégias da natureza, baseando-se numa ética da terra, que traz estímulos e soluções gerados dentro das próprias comunidades. Seu objetivo é manejar os recursos da floresta de forma sustentável, promover o reflorestamento de espécies em extinção e cultivar produtos orgânicos sem uso de agrotóxicos ([www.rbc.org.br/feijão/permacultura](http://www.rbc.org.br/feijão/permacultura), 2002).

A área onde a pousada está instalada foi a primeira a receber as técnicas para o incremento da permacultura, tendo hoje um viveiro já produtivo. Recentemente, começou-se a preparar a comunidade de Santa Luzia para o manejo desta atividade. Palestras entre os consultores do programa e os comunitários estão sendo realizadas a fim de ensiná-los a transformar o lixo orgânico em adubo para produção de legumes e frutas. Até o final de 2002, a pousada já tinha construído a estrutura do viveiro e um depósito de madeira para guardar os materiais a serem utilizados durante o processo.

Das comunidades envolvidas no projeto, Santa Luzia foi a mais beneficiada pelo programa, reconhece um comunitário. Nela, existe inclusive um buraco servindo de depósito para armazenagem de pilhas e baterias, no qual os comunitários batizaram de “Cemitério Maria Pilha”. Ainda não se tem um destino para os materiais radioativos ali depositados, mas a pousada orientou os residentes a colocar no interior deste orifício uma prancha para proteger o solo dos efeitos radioativos.

Segundo os comunitários a intenção da associação é adotar os mesmos procedimentos de preservação da área nas demais localidades e, também, implantar a permacultura nas comunidades com as quais trabalha a visitação por depositar nessa prática a

garantia de sustentabilidade, uma vez que o caboclo pode produzir o seu próprio alimento e comercializá-lo, tendo o que oferecer e mostrar aos turistas no momento da visitação.

### **Percepção, prestação de serviços e benefícios**

Em relação à percepção dos entrevistados acerca das atividades desenvolvidas pela Pousada Aldeia dos Lagos, nas Figuras 2, 3, 4 e 5 registra-se os sentimentos e as expectativas desses comunitários. A figura 2 revela que grande parte daqueles que conhecem a Pousada Aldeia dos Lagos no que tange à estrutura física e as atividades exercidas pelos seus representantes parecem otimistas em relação aos trabalhos realizados ou a serem executados pelo empreendimento. Contudo, há os que não acreditam nas propostas, mesmo já tendo observado mudanças de comportamentos no que diz respeito à relacionamentos interpessoais e preservação ambiental. Para 20% dos investigados, ainda existe na pousada a política de privilegiar sempre as mesmas pessoas, deixando de dar oportunidade às demais.

Quanto à prestação de serviços, constatou-se que alguns dos entrevistados prestaram algum tipo de serviço à Pousada Aldeia dos Lagos, embora uma grande maioria não o tenha feito (Figura 3). Das atividades realizadas elencou-se os serviços de barqueiro, cozinheiro, fornecedor de madeira, fiscal do meio ambiente, carregador, carpinteiro, motorista, guia e palestrantes

Na comunidade São João observa-se uma população não só carente de informações básicas de conservação e higiene, mas também de oportunidade de trabalhos, visto que apenas 17% de seus entrevistados desempenhou alguma atividade para a pousada desde a sua implantação”. Desses, restam poucos trabalhando como fiscal do ambiente ou adubando o solo para a prática da permacultura. Em Santa Luzia, registrou-se 45% exercendo funções de barqueiro, guia, fornecedor de madeira, carregador, e fiscal do meio ambiente.

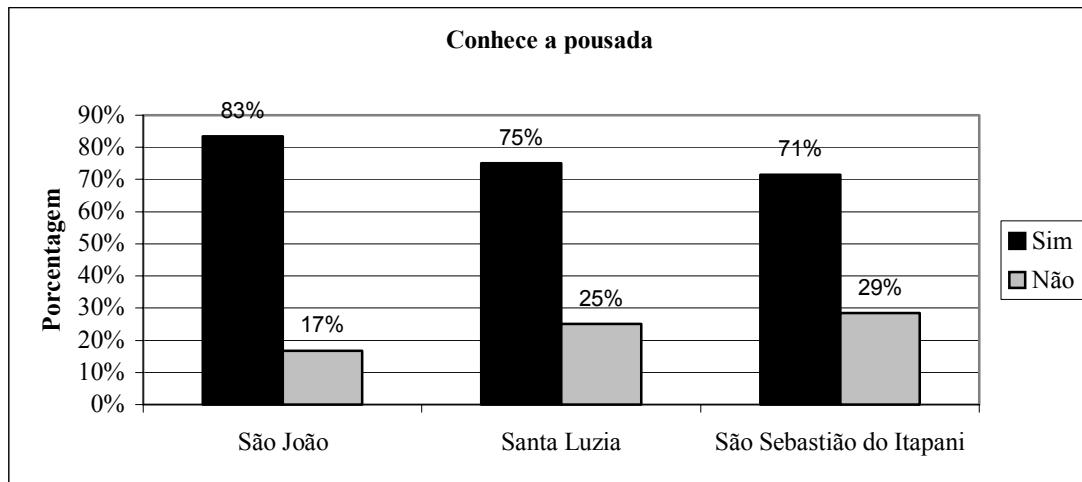


Figura 2 – Números percentuais de entrevistados de três comunidades que conhecem a Pousada Aldeia dos Lagos. Dados obtidos no período entre outubro a dezembro de 2002.

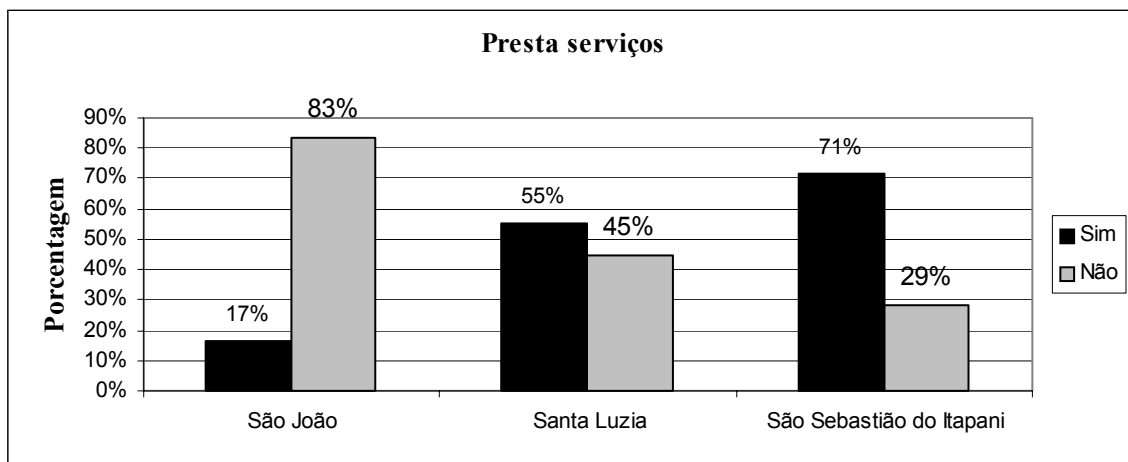


Figura 3 – Números percentuais de entrevistados de acordo com a localidade de origem que prestam algum tipo de serviço a Pousada Aldeia dos Lagos. Dados obtidos no período entre setembro a dezembro de 2002.

Dessas atividades apenas a última ainda é desenvolvida para a pousada, as demais estão atreladas às atividades turísticas realizadas com a presença do visitante dentro da comunidade. Em São Sebastião do Itapani, 71% garantem prestar ou ter prestado algum tipo de serviço à pousada (Figura 3). Dessa porcentagem, alguns confessaram não ter mais vínculo com o empreendimento em virtude de não mais terem sido convocados quando da realização dos trabalhos. Aqueles ainda prestadores de serviços estão exercendo a função de barqueiro, carpinteiro e produtores de sabonetes para a fábrica da Associação Vida Verde da Amazônia - AVIVE.

Os entrevistados se dizem insatisfeitos com a atual gestão da pousada, que parece não mais demonstrar o mesmo interesse anterior, principalmente depois da construção de uma mega escola e de uma quadra de futebol na comunidade São João. Para os atuais representantes da pousada, essas edificações descaracterizaram a localidade; por essa razão, as atividades de visitação turísticas foram suspensas.

Ao investigar se a comunidade fornece produtos para a pousada, a grande maioria dos entrevistados das comunidades São João (75%) e São Sebastião do Itapani (86%) responderam negativamente. Alegaram que os produtos

utilizados pela pousada são exportados possivelmente da cidade de Manaus. Entretanto, 60% dos entrevistados da comunidade Santa Luzia afirmaram fornecer alguns insumos ao estabelecimento (Figura 4).

Em relação aos produtos comercializados pela comunidade, dentre eles pode-se incluir farinha, peixe, frutas, leite e queijo. Segundo alguns comunitários em São João, tem-se a tendência de achar que nessa localidade seus moradores podem vender seus produtos com mais facilidade para a pousada, em razão de estarem localizados mais próximos desse estabelecimento. Mas, a realidade não condiz com essa afirmação, durante a pesquisa observou-se que esses entrevistados comercializam, ao acaso, produtos como farinha e algumas verduras. Já em Santa Luzia uma parcela dos comunitários entrevistados afirmaram ter fornecido, ainda que esporadicamente e em pequena quantidade, queijo e peixe, sendo esse último, o único item consumido pela pousada.

Sobre os benefícios trazidos pela Pousada Aldeia dos Lagos ao município, a Figura 5 revela que a maioria dos entrevistados de São João (67%) garante ter sido beneficiada no item melhoria da qualidade de vida. Quanto aos aspectos

limpeza e financeiro, apenas 17% pensam ter sido os maiores beneficiados. Os que apontaram o fator financeiro como maior benefício são justamente aqueles que prestam serviços ao hotel. Das declarações tomadas em Santa Luzia, 75% indicam o fator financeiro como sendo o maior benefício, porém, esses entrevistados fazem questão de esclarecer que raramente as mesmas famílias usufruem dessa vantagem. Os 25% restantes dos depoimentos atribuíram ao item melhoria da qualidade de vida como sendo o maior benefício, uma vez que a associação, além das palestras de educação ambiental, tem orientado a população à prática da permacultura como forma de fornecer subsídios para manutenção e fortalecimento da comunidade.

Dos entrevistados da comunidade de São Sebastião do Itapani, 100% apontaram o fator financeiro como a oportunidade de maximizar ganhos, embora temporários e não permanentes como desejavam. Apesar de alguns moradores não gozarem dos benefícios financeiros, todos os entrevistados dessa localidade reconhecem que a pousada proporcionou a alguns a chance de obter ganhos por meio de produtos comercializados e empregos temporários.

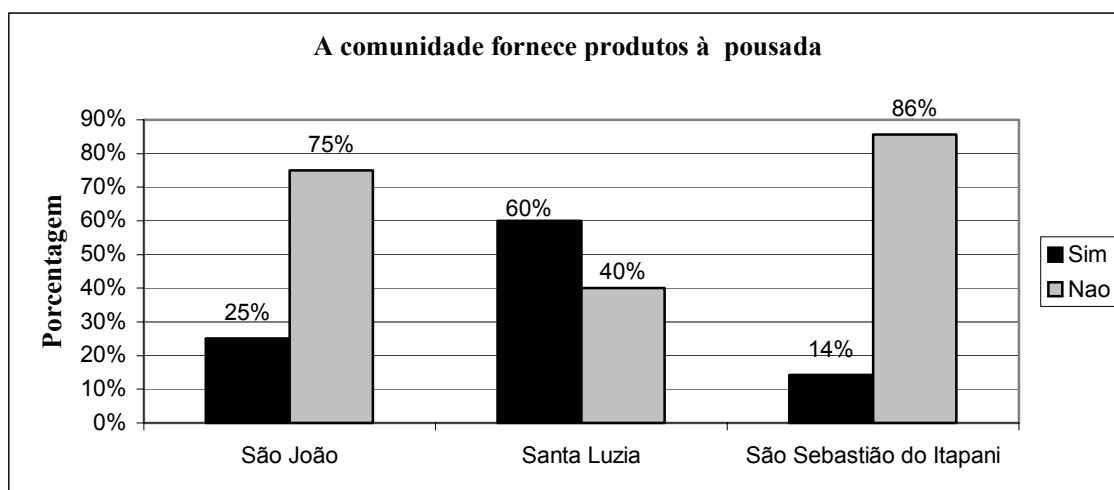


Figura 4 – Números percentuais de entrevistados que comercializa seus produtos na Pousada Aldeia dos Lagos. Dados obtidos no período de setembro a dezembro de 2002.

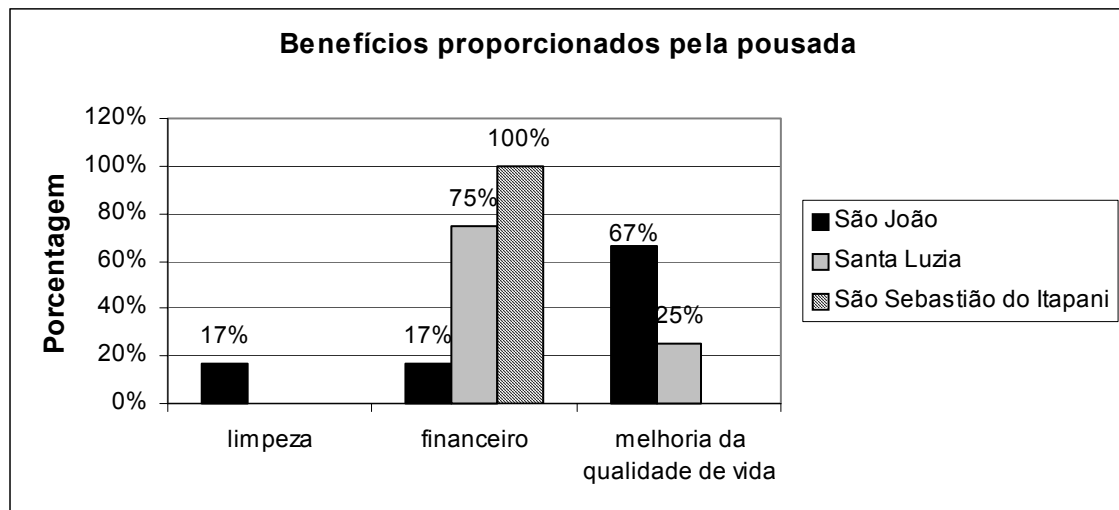


Figura 5 – Número (em porcentagem) de itens apontados pelos entrevistados, quanto aos benefícios trazidos pela Pousada Aldeia dos Lagos. Dados obtidos de setembro a outubro de 2002.

### Considerações

A interpretação das informações obtidas dos questionários aplicados nas comunidades de São João, Santa Luzia do Sanabani e São Sebastião do Itapani acerca das atividades turísticas desenvolvidas pela Pousada Ecológica Aldeia dos Lagos permitiu concluir que:

a) A comunidade Santa Luzia tem sido a mais beneficiada pelas ações do empreendimento. As construções edificadas na área propiciaram um ambiente adequado para a recepção de turistas. Os empregos temporários existem, entretanto, apenas algumas famílias são beneficiadas.

b) As comunidades de São João e São Sebastião do Itapani parecem estar isolada das ações do empreendimento. Os residentes dessas comunidades comercializam seus produtos para a pousada muito esporadicamente. A visitação na localidade de São João foi suspensa, fato que gerou o descontentamento de seus residentes. Sem atividades turísticas, anula-se a possibilidade de alguns comunitários obterem renda advinda desses eventos.

c) As parcerias conquistadas pela pousada levam efeitos positivos parcialmente às comunidades. As palestras de educação ambiental têm despertado os comunitários para a importância de se preservar o ambiente.

Mudança de atitude em relação ao tratamento dado ao lixo já é percebida. A prática da permacultura brevemente permitirá que os residentes de Santa Luzia produzam verduras e frutas para consumo interno e comercialização.

d) Estratégias minimizadoras de impactos (o depósito em Santa Luzia para armazenar materiais radioativos/o tratamento dado ao lixo) adotadas pela pousada constituem ações positivas para obtenção de um ambiente ecologicamente correto.

Diante do exposto, pode-se afirmar que a Pousada Ecológica Aldeia dos Lagos realiza um turismo diferente daquele praticado pela maioria dos alojamentos de selva no Amazonas, visto que se opõe a simples exploração dos recursos naturais. Apesar dos esforços e da aparente boa vontade, tal turismo não pode ser classificado como sustentável. Os resultados da pesquisa comprovam que para a implementação deste faltam componentes importantes e decisivos.

A extensão de benefícios e oportunidades igualitárias a todas as comunidades faz-se necessária. As comunidades São João e São Sebastião do Itapani experimentam uma realidade contrária da vivida em Santa Luzia. Os investimentos nessas localidades são inferiores, bem como a condição de vida dessas populações. Nelas, existem problemas ambientais e econômicos que

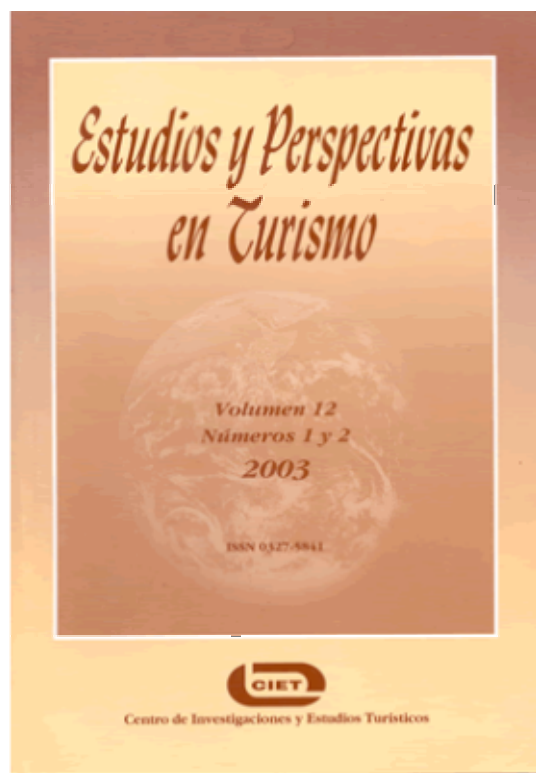
chegam a comprometer a subsistência de seus residentes. Somente para exemplificar citam-se a possível contaminação da água em São João e a falta do peixe em São Sebastião devido a pesca predatória.

Gerenciamento adequado, planejamento turístico conhecimentos e maturidade dos atores sociais são elementos básicos que a pousada precisa perseguir para implementação do modelo turismo sustentável.

## Bibliografia

- Araújo, N.  
2001 "Ecoturismo: seguimento que mais cresce na indústria turística mundial". *Jornal do Comércio*. Manaus, 8 de ago.
- Albagli, S.  
1998 *Geopolítica da biodiversidade*. Brasília: Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis. Brasília, DF:[s.ed]
- Antonaccio, G. L P.  
1998 *Turismo: análises, críticas e sugestões*. Manaus: Imprensa Oficial.
- Faria, F.I. (coord.)  
2001 *Turismo: sustentabilidade e novas territorialidades*. Manaus: Editora da Universidade do Amazonas.
- Lage, B. y Milone, P.C.  
2000 "Atlas". São Paulo: Atlas, 2000.
- Linderberg, K. Y ; Hawkins, D.  
1993 *Ecotourism: a guide for planners and managers*. Vermont: Ecotourism Society.
- PERMACULTURA.  
2002 Disponível em : < <http://www.rbc.org.br/feijão/permacultura>.> Acesso em 23 dez de 2002.

*Recibido:* 18 de mayo de 2004  
*Aceptado:* 30 de octubre de 2004



URL: [www.ciet.org.ar](http://www.ciet.org.ar)

E-mail: [cietcr@sinectis.com.ar](mailto: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.ciet.org.ar/revistadigital\\_gral.htm](http://www.ciet.org.ar/revistadigital_gral.htm)

## Actividad físico-deportiva, turismo y desarrollo local en España

**F. Xavier Medina** †

Instituto Europeo del Mediterráneo (España)

**Ricardo Sánchez** ‡

Universitat Ramon Llull (España)

**Resumen:** La práctica deportiva se ha convertido en estas últimas décadas en un aspecto cada vez más cotidiano y habitual en la vida de la sociedad española en general; así cómo también en una alternativa de ocio privilegiada para capas cada vez más amplias de la población. Desde esta perspectiva, y contando con que el turismo es una de las principales actividades de ocio vacacional para la mayor parte de los individuos, encontramos con que turismo y deporte –dos actividades que, por otro lado, han conocido una evolución paralela a lo largo de todo el siglo XX- encuentran en este lugar de contacto una importante relación que, cada vez más, se pone de relieve y se intensifica. En la comunicación que proponemos pretendemos analizar algunos aspectos relacionados con esta importante vinculación entre oferta turística y práctica deportiva desde una óptica contemporánea.

**Palabras clave:** Práctica físico-deportiva; Turismo; Desarrollo local; Territorio; Patrimonio cultural

**Abstract:** The sport practice has become these last decades in a daily and more and more habitual aspect in the life of the Spanish society; and also in an important and privileged leisure alternative for ample layers of the population. From this perspective, and counting whereupon the tourism is one of the main activities of vacacional leisure for most of the individuals, we found whereupon tourism and deports - two activities that, on the other hand, they have known a parallel evolution throughout all the 20<sup>th</sup> Century- find in this place of contact an important relation. In this paper, we try to analyze some aspects related to this important entailment between sport tourism and practical supply from a contemporary optics.

**Keywords:** Sport practice; Tourism; Local development; Territory; Cultural heritage

† • Xavier Medina es antropólogo social, vinculado al Instituto Europeo del Mediterráneo (IEMed). Barcelona. E-mail: xavier-medina@terra.es

‡ • Ricardo Sánchez es antropólogo social, vinculado a la Facultat de Ciències de l'Esport Blanquerna de la Universitat Ramon Llull (Barcelona). E-mail: ricardosm@blanquerna.url.es

Resulta casi una obviedad el hecho de afirmar hoy en día que el interés de la población española en general por la práctica físico-deportiva ha crecido significativamente en las últimas décadas. Tal como señala García Ferrando (1998:46-47), a partir de datos procedentes de la *Encuesta sobre los Hábitos deportivos de los Españoles*, mientras que en el año 1975 –recién estrenada la nueva democracia– un 40% de los encuestados manifestaba estar interesado en el deporte, los resultados correspondientes a la encuesta de 1995 mostraban un ascenso de dicho porcentaje hasta un 63%. Asimismo, y en relación con la práctica deportiva, el porcentaje de encuestados que manifiesta practicar uno o varios deportes ha ascendido de un 22% en 1975, hasta un 39% en 1995.

Podemos observar, desde este punto de vista, cómo la práctica deportiva se ha convertido en estas últimas décadas, por una parte, en un aspecto cada vez más cotidiano y habitual en la vida de la sociedad española en general; y, por otra parte, cómo también, y de manera particularmente relevante, dicha actividad físico-deportiva ha pasado a ser una alternativa de ocio privilegiada para capas cada vez más amplias de la población: un dato destacable, en este sentido, es que alrededor de un 70% de la población que practica alguna actividad deportiva lo hace por su cuenta y como actividad no federada y no competitiva; es decir, como actividad, de uno u otro modo, ligada al ocio y al tiempo libre.

Desde esta perspectiva, y contando con que el turismo es una de las principales actividades de ocio vacacional para la mayor parte de los individuos, encontramos que turismo y deporte –dos actividades que, además, han conocido una evolución bastante paralela a lo largo de todo el siglo XX– encuentran en este lugar de contacto una importante relación que, cada vez más, se pone de relieve y se intensifica. En las líneas que siguen analizaremos algunos aspectos de interés relacionados con esta importante vinculación entre oferta turística y

práctica deportiva.

### **Turismo y deporte: necesidad de una oferta turística alternativa**

Como señala Montserrat (1996), a partir de la segunda mitad de los años ochenta la industria turística clásica de sol y playa comienza ya a mostrar señales de agotamiento. A pesar de continuar siendo una elección turística mayoritaria, poco a poco comienzan a existir indicios de que un porcentaje creciente de individuos empieza a sentirse interesado por una oferta de turismo alternativa que implemente las oportunidades de ocio más allá del atractivo de las costas y de los servicios habituales de este tipo de medio.

De este modo, y de manera paulatina, se va haciendo necesario a partir de ese momento el dar salida a una oferta alternativa de turismo y ocio vacacional que dé respuesta a una demanda creciente de nuevas posibilidades en este campo. Un campo en el cual la actividad físico-deportiva se muestra como una interesante posibilidad a tener en cuenta de cara a una ampliación y diversificación de la oferta, imprimiendo incluso un carácter propio y diferenciado a aquellas alternativas de las que entra a formar parte.

En este sentido, y como ejemplo, puede ser considerado como un hecho significativo al respecto el que las autoridades de la R.P. China, ya a finales de los años ochenta, decidiesen invertir más de 6.500 millones de las antiguas pesetas (más de 39 millones de euros) en el primer complejo turístico de la ciudad de Cantón, que fue desde sus inicios concebido como un gran centro deportivo –con importantes instalaciones para la práctica del golf o del tenis, por ejemplo–, reconociendo de este modo la importancia del deporte como motor para atraer turismo al país (Fructuoso y Pérez, 1988:95).

En el caso español, y como oferta turística complementaria, el deporte se ha demostrado ya ampliamente como una actividad que cuenta con el favor de la población. Como ejemplo al respecto, en la encuesta llevada a cabo por Montserrat (*op. cit.*:379) en la costa de la provincia de Tarragona en 1995, esta autora obtuvo como resultado que un 66% de los turistas que pasaron su



período estival en este área tenían previsto realizar algún tipo de actividad físico-deportiva durante sus vacaciones. Por su parte, Merino Mandly (1998) señala a su vez que, en el caso de la Costa del Sol, la oferta relacionada con el deporte es el segundo reclamo turístico de esta zona en temporada baja, y el tercero en temporada alta (tras el turismo de sol y playa y el atraído por la celebración de congresos).

La actividad físico-deportiva se consolida, pues, según lo expuesto, como un importante atractivo complementario para zonas con una oferta turística tradicional. Sin embargo, dicha oferta complementaria debe sin lugar a dudas cumplir con toda una serie de requisitos<sup>1</sup>. De este modo, debe de tratarse de una actividad:

a) *Integrada*: No hemos de olvidar que estamos hablando de una oferta principalmente complementaria y que, por lo tanto, tiene que integrarse de manera cohesionada con el resto de ofertas, mejorando en su conjunto la calidad turística de la zona.

b) *Atractiva*: Estamos hablando de una actividad de ocio vacacional y, por lo tanto, dicha oferta tiene que resultar atractiva y sugerente para los posibles usuarios.

c) *Recreativa*: Desde este mismo punto de vista, hemos de pensar que este tipo de actividades no tiene que suponer para los posibles usuarios una sobrecarga de esfuerzo o de cansancio. Los principales aspectos a enfocar son los de ocio y distracción, y no los de la competición o el esfuerzo excesivo.

d) *Promocionada*: En tanto que actividad ofertada, debe ser también una actividad que sea dada a conocer —es decir, publicitada— a los posibles usuarios de forma conveniente.

Siguiendo el hilo de lo expuesto, la actividad físico-deportiva se convierte, sin lugar a dudas, en una oferta turística complementaria que imprime un fuerte carácter diferenciador a la zona donde se lleva a cabo. La preparación y realización de dicho proyecto, sin embargo, necesita de la colaboración intensiva tanto del sector público como de la iniciativa privada, pudiendo convertirse —como de hecho lo está haciendo— en un espacio privilegiado de interacción entre ambas esferas. En este sentido, la actividad físico-deportiva ligada a la

oferta turística puede ser, como lo atestiguan ya diversos ejemplos en el marco del Estado español, un elemento de significativa importancia ligado a proyectos específicos de desarrollo local; y muy especialmente en territorios y comarcas de interior, donde su combinación con el turismo cultural, por ejemplo, puede dar frutos interesantes.

### **Nuevas modalidades físico-deportivas, turismo y desarrollo local**

Según los datos de la encuesta sobre los hábitos deportivos de los españoles (1995), un 16% de los practicantes deportivos prefieren llevar a cabo su actividad en la naturaleza (cf. Lagardera y Martínez, 1998). Siguiendo esta tendencia, y desde los años ochenta, se ha producido una eclosión de múltiples y *nuevas* modalidades físico-deportivas, que se han generado fuera del sistema deportivo moderno y que han estado alejadas, en muchos casos, de las instituciones y organizaciones que hasta la fecha venían gestionando este tipo de actividad. Una práctica normalmente de ocio que se realiza en medios naturales o seminaturales y, por lo tanto, habitualmente, fuera de los lugares de residencia habituales, lo cual suele implicar un desplazamiento de carácter turístico.

Han sido diversos los esfuerzos realizados para sistematizar y clasificar estas nuevas modalidades. A finales de los años ochenta, Laraña (1986, 1987, 1989) vinculaba la aparición de estos neo-deportes con los cambios ocurridos en las sociedades capitalistas occidentales. A partir de entonces el fenómeno no ha dejado de atraer la atención de cada vez más investigadores<sup>2</sup>. En España, destaca el esfuerzo clasificador de los estudios realizados sobre la práctica de estas modalidades en Cataluña, que es la comunidad autónoma donde han adquirido mayor desarrollo (cf. Olivera y Olivera, 1995, 1996; De Marimón et al. 1996). La importancia y el desarrollo de estas nuevas modalidades deportivas, así como sus cada vez más evidentes repercusiones socioculturales, han obligado también, por otro lado, a establecer un marco legal que las reglamente (cf. Carretero et al. 1996)<sup>3</sup>.

Estas actividades deportivo-turísticas de aventura enseguida han sido vistas como

un poderoso medio de modernización y desarrollo del área rural o local. Así, por ejemplo se han propuesto: como estímulo de una zona rural deprimida (Rebollo y García, 1996); como fuente de ingresos alternativa en los Parques Nacionales (Farías, 1996); o bien para incrementar la competitividad de zonas tradicionalmente turísticas y de servicios (Montserrat, op. cit.).

Hay que destacar, sin embargo, que la mayor parte de estudios llevados a cabo en el marco español se sitúan en Cataluña. Su aparición y extensión en esta comunidad autónoma se produjo antes y con mayor intensidad que en el resto del Estado, lo cual puede deberse a sus propias características de su implantación y a las diferencias existentes en el marco organizativo del deporte. Es un hecho destacable, a pesar de todo, que estas prácticas se han desarrollado gracias, mayoritariamente, a una oferta privada de servicios. El gobierno de la Generalitat ha actuado en este caso con una función *subsidiaria*, limitándose a regular el sector y a ayudar a las organizaciones privadas o empresas.

Estamos lejos de los criterios de igualdad que todo Estado de Bienestar pretende para los niveles de calidad de vida de sus ciudadanos. En efecto, no se ha tratado hasta el momento de realizar inversiones planificadas que doten de infraestructuras a las zonas más necesitadas y conseguir así un equilibrio territorial y social. Por el contrario, su implantación responde más bien a criterios de racionalidad económica privada y concreta.

Si bien se sigue tratando de un proceso de modernización, éste parece separarse de los planteamientos que hasta la fecha vinculaban la práctica deportiva con la calidad de vida. Algunos estudios resaltan dos datos muy significativos. Uno, el hecho de que muchos empresarios que realizan sus actividades, por ejemplo, en el entorno natural del Pirineo de Lleida residen en Barcelona y, por tanto, sus beneficios no coinciden exactamente con los de los lugareños. Otro, la comprobación de que la mayor parte de practicantes de deportes de aventura sean urbanos, lo cual no nos dice nada sobre la supuesta calidad de vida de la gente de la zona (cf. Miranda, J. et al. 1994, 1995, 1995b). Con todo, aún es pronto para poder asegurar nada. Las *repercusiones socioeco-*

*nómicas* y culturales para el desarrollo local muestran ya algunos datos de interés, pero no han sido aún suficientemente analizadas para poder observar todas sus contingencias.

En la actualidad contamos con estudios relativamente recientes sobre algunos de los impactos que se producen. En 1993 se celebraron las *Jornades sobre l'Esport, el Medi Natural i el Municipi*, y ya se perfilaban las problemáticas en el uso del espacio y de los recursos, las dificultades en la financiación, los conflictos en la propia percepción simbólica del entorno y, en definitiva, las contradicciones de un choque cultural. En estas mismas jornadas, en una primera aproximación, Puig (1994) extrapolaron al ámbito rural o local algunos de los impactos socioeconómicos del deporte en el territorio urbano: creación de puestos de trabajo, crecimiento de los niveles de renta, aumento o disminución del precio del suelo y de los alquileres, transformación de las estructuras socioeconómicas, incrementos de los gastos municipales, conflicto o coexistencia de culturas, variaciones en el significado simbólico del espacio, construcción de identidades colectivas y mejoras en las posibilidades de recreación de la población. Actualmente el INEFC de Lleida está llevando a cabo toda una serie de estudios de postgrado y de doctorado que tienen por objeto de estudio el deporte de aventura. Alguno de ellos ya se ha concretado sobre el impacto ecológico de los neo-deportes (cf. Lapetra et al., 1997).

Por su parte, Santana (1997: 67 y ss.), en su estudio de referencia sobre antropología y turismo, lleva a cabo un interesante análisis sobre los impactos generados en relación con el binomio turismo-desarrollo, en términos socioeconómicos (actividad empresarial, empleo, dependencia económica) y de impacto físico sobre el medio (infraestructuras, sostenibilidad, uso de espacios, presión medioambiental, etc.) y el impacto sociocultural tanto sobre las comunidades visitadas, como en los visitantes, haciendo en determinados ámbitos un especial hincapié en el medio natural, sus retos y sus transformaciones, en relación con las cuales el turismo de carácter deportivo tiene, en muchos casos, bastante que ver.

Es interesante destacar también el es-

tudio llevado a cabo por la Diputación de Barcelona y que ha estado publicado con el título de *Estudi sobre la pràctica sostenible de l'esport en el medi natural*. También es interesante por lo que tiene de primeras conclusiones sobre el fenómeno el artículo de Lagardera y Martínez (1998). Para estos autores, se han producido dos procesos sociales paralelos: a) la masificación de las actividades físico-deportivas en la naturaleza acompañadas por un incremento de las instalaciones adecuadas para su práctica y b) una alarma creciente ante los problemas medioambientales, con quejas y acciones frecuentes de las organizaciones ecologistas<sup>4</sup>. Todo ello ha llevado a un debate creciente en torno a las consecuencias ecológicas de las actividades deportivo-turísticas en el medio natural.

En opinión de los autores citados, se constata que se producen una serie de efectos perversos no deseados tanto de tipo directo (ruptura de la armonía del entorno natural, polución ambiental, compactación y erosión del suelo, etc.) como indirecto (mayor consumo de energía, concentración de deportistas, conflictos con los lugareños, etc.).

No obstante, los autores acentúan el impacto favorable de la promoción deportivo-turística, ya que es considerada como un factor de gran importancia en el desarrollo socioeconómico rural<sup>5</sup>, ya se trate –como diferentes ejemplos– de actividades físico-deportivas diversas en el desierto de Tabernas (Almería), de barranquismo en el valle de Guara (Zaragoza), de rafting en el Pirineo ilerdense o de senderismo en la Sierra de la Demanda (Burgos).

Se ofrecen como soluciones al problema de cómo hacer frente a las consecuencias no deseadas de la implantación de los nuevos deportes en el ámbito rural al control del volumen de personas que el medio es capaz de soportar y a la educación medioambiental considerada como factor clave para reducir el impacto de las prácticas, apuntando en todo momento a un desarrollo sostenible de las zonas en cuestión.

Por lo que respecta a los procesos de socialización y aculturación de estas nuevas modalidades deportivas también han estado estudiadas recientemente (cf. para el caso francés Corneloup, J. 1991, 1995). Las ciencias sociales, en Cataluña especialmen-

te, también han reflexionado sobre este tema. Para algunos autores (cf. Laraña, 1987) estos neo-deportes de aventura, implican un rebasamiento de los valores de la modernidad y de la sociedad industrial. Nos encontraríamos con un tipo de práctica posmoderna que representa una vuelta a la naturaleza y al hedonismo como forma de percibir el propio cuerpo (Olivera, 1995). Para otros, hay que buscar su razón de ser en una racionalidad propia de la tradición físico-deportiva catalana que había sido desplazada por la racionalidad instrumental que llegó junto con el proceso de industrialización y los deportes modernos ingleses (Lagardera y Puig, 1996).

No debe sorprendernos que ante una sociedad cada vez más reflexiva, donde la percepción de las contingencias (sociales, políticas, ecológicas, económicas, etc) y de las incertidumbres futuras va en aumento, el sistema deportivo genere un ámbito nuevo, los neo-deportes de aventura, donde cada vez más encontremos una *cultura deportiva* que genera situaciones análogas y produce percepciones comparables a las que se dan en el sistema sociocultural<sup>6</sup>. No en vano es ampliamente significativa la importancia del deporte como transmisor de cultura. En efecto, junto a la sociedad del riesgo, el deporte de riesgo.

Si la sociedad contemporánea está marcada por el hiperindividualismo competitivo, el "narcisismo dirigido", la crisis de sentido, la pluralidad de códigos y signos, la complejidad, la contingencia y la incertidumbre y, en definitiva, el *riesgo*, ¿qué podemos esperar del subsistema deportivo? Así pues, es el deporte de aventura el espacio privilegiado donde los individuos experimentan de forma voluntaria con el riesgo en un tiempo de ocio para después hacer frente, en mejores condiciones, al riesgo social en general. Así, el desarrollo de estos neo-deportes se produce alrededor de los años ochenta<sup>7</sup>, justo cuando la crisis del Estado de Bienestar se hace evidente. Si el Estado de Bienestar se caracteriza por la *colectivización de los riesgos*, los recortes en éste nos llevan a una creciente *privatización de los riesgos*<sup>8</sup>.

Pero, por otro lado, no podemos olvidar de que estamos hablando de una práctica deportiva que se desarrolla habitualmente en un tiempo vacacional, de ocio, y en un

espacio que no es el habitual de residencia para los individuos que lo practican, pero que tampoco acostumbra a ser –al menos hasta ahora– un lugar desarrollado específicamente como lugar turístico masificado. Esto implica que la práctica de deportes de aventura en la naturaleza puede suponer, por un lado, un particular atractivo turístico y de desarrollo local para determinadas zonas en las que, por otro lado, no deben perderse nunca de vista sus limitaciones a todos los niveles, teniendo siempre como objetivo un modelo de desarrollo sostenible que, sin embargo, y en muchos casos, no siempre es fácil de mantener.

### Deporte y turismo urbano

Las intersecciones entre deporte y turismo, como es evidente, se dan a distintos niveles. Si las *nuevas* actividades físico-deportivas en el medio natural parecen haber captado la atención de cada vez más usuarios que buscan un tiempo de ocio alternativo en un marco distinto a las propuestas turísticas habituales, este hecho no implica que la unión entre deporte y turismo no se dé también en otros ámbitos.

En este sentido, podemos destacar la relevancia del contexto urbano, el cual parece proporcionar un marco mucho más que apropiado para una atracción turística vinculada con acontecimientos deportivos de diferente índole. De esta manera, citas deportivas de distinta importancia –y que pueden ir desde un *derby* futbolístico hasta unos Juegos Olímpicos, pasando por una final de tenis, un campeonato nacional o regional o una maratón popular– pueden convertirse en atractivos turísticos importantes y en absoluto desdeñables.

Un ejemplo de la importancia que puede llegar a alcanzar una cita olímpica en la promoción internacional de una ciudad sede de unos juegos puede ser el comentario de un periodista televisivo norteamericano durante la ceremonia inaugural de los JJOO de Barcelona'92:

“A propósito, Bob, cuando dejamos Seúl hace cuatro años, tuvimos que apresurarnos a localizar Barcelona en el atlas, y aún más la región de Cataluña. Esta noche más de tres mil millones de telespectadores de todo el mundo conocerán su historia a través de la televisión<sup>9</sup>”

No cabe duda de que la fecha clave de 1992 ha sido, concretamente para la ciudad de Barcelona, un importante punto de inflexión en la historia contemporánea de la ciudad, y no únicamente de cara a las importantes inversiones –en infraestructuras, sin ir más lejos– que recibió, sino –y principalmente, desde la perspectiva que aquí nos interesa revisar– en relación con la promoción internacional a gran escala en la que se vio involucrada y que significó su (re)lanzamiento como un punto de atracción turística internacional de primer orden.

Pero, desde el punto de vista del deporte, hay que señalar que no es necesaria una cita olímpica para que una ciudad atraiga visitantes. Citas internacionales anuales como las maratones de Nueva York o Londres o los torneos de Roland Garros (París) o Wimbledon, entre otros, u ocasionales o alternativas, como por ejemplo una final de la Copa Davis, pueden desplazar hacia una ciudad un importante contingente de personas que aprovechan la cita deportiva como aliciente turístico, con las repercusiones económicas que este hecho implica.

Otros aspectos de la práctica deportiva resultan bastante más novedosos, como puede ser, por ejemplo, el “turismo skater” hacia determinados destinos (la ciudad de Barcelona es uno de ellos) en los cuales algunas de sus plazas duras (como la que se encuentra frente al Museu d'Art Contemporani MACBA, la cual, debido a su popularidad internacional, ha llegado incluso a ser reproducida como pista en unos campeonatos en Nueva York<sup>10</sup>) se han convertido en verdaderas mecas de un turismo deportivo incipiente, aún poco representativo, pero en crecimiento notable<sup>11</sup>.

De este modo, la vinculación deportiva puede potenciar, sin lugar a dudas y desde distintos ámbitos, un turismo urbano que, por otro lado, cada vez es escogido por un mayor número de usuarios.

### Deporte y patrimonio

Pero la asociación entre deporte y turismo posee también, más allá del espacio en el cual se lleve a cabo y más allá de las diferentes constataciones empíricas, otras connotaciones de orden simbólico que es interesante revisar. En este sentido, podemos encontrar una vinculación importante

en este campo en relación con el cada vez más extendido y reivindicado concepto de *patrimonio*. Así, y como señala Estévez (1999:118), hoy en día "no hay aspecto de la vida social que no tenga ya un tratamiento patrimonial".

En palabras de Prats (1996:294): "el patrimonio es, naturalmente, una construcción social (o cultural, como se prefiera). No existe en la naturaleza, ni siquiera en todas las sociedades humanas ni en todos los períodos de la historia. (Su rasgo esencial es) su carácter simbólico, su capacidad para representar, mediante un sistema de símbolos, una determinada identidad". Igualmente, hemos de contar con que la concepción de *patrimonio* implica asimismo una cierta voluntad de transmisión intergeneracional; es decir, de un bien cultural –ya sea "físico" o simbólico– que debe conservarse y continuar disponible y accesible en el futuro.

Como señala el mismo autor citado (Prats, *op. cit.*: 296), "a partir de los años sesenta, con la masificación y planetarización del fenómeno turístico, el patrimonio se espectaculariza. Procesos productivos, rituales, culturas enteras se han convertido en artículo de consumo (...) para el turismo cultural (...) Las activaciones patrimoniales así inspiradas responden pues activamente a una demanda turística (...) y siguen una lógica de mercado: que el cliente quede satisfecho y regrese en otra ocasión".

Es en este punto donde el deporte entra a ser objeto también, junto con otros determinados aspectos culturales, de este proceso de patrimonialización en tanto que elemento susceptible de ser un elemento de identidad "mostrable" a la vez que un atractivo turístico interesante.

Un ejemplo de esta patrimonialización puede ser el de los llamados *deportes étnicos* o *tradicionales*. Así, casos como el de la pelota vasca<sup>12</sup> o el de la pelota valenciana o "de carrer", la lucha canaria<sup>13</sup> o el lanzamiento de la barra aragonesa o pirenaica pueden ser paradigmáticos. Por un lado, han sido considerados grupalmente como referentes culturales que forman parte de identidades colectivas concretas; pero, por otro lado, son también expuestos y mostrados al público en general como elementos *únicos y excepcionales*, como algo "de aquí, y que sólo aquí puede verse *auténticamen-*

*te*". Y, desde esta perspectiva, se convierten también en elementos *patrimonializados* de innegable atractivo y con amplias posibilidades de explotación turística.

Otro ejemplo distinto, en el cual una vieja competición informal dentro de un itinerario comercial local –el del transporte de pescado en la región parisina– ha sido recuperada, deportivizada y patrimonializada con claros fines –y resultados– turísticos puede ser el de la "Carrera del pescado" (la "Route du poisson") que se celebra en la localidad francesa de Boulogne-sur-mer<sup>14</sup>. Según Pégard y Pruneau (2001:166), esta "puesta en escena" deportiva cumple una doble función: la primera, aportar a los espectadores una sensación de identidad local, de *pertenencia*, a través de un elemento cultural patrimonializado; y la segunda, evidentemente, atraer a un público que, si bien en las primeras ediciones de la prueba, a principios de los noventa, era principalmente local, es atraído cada vez más de territorios fuera del área donde la carrera se lleva a cabo, promocionando el turismo rural en esta zona.

### A modo de conclusión

A través de estas líneas hemos podido observar brevemente distintos aspectos en relación con una cada vez más estrecha vinculación entre deporte y oferta turística. De entre ellos, podemos destacar algunos puntos significativos: en primer lugar, la presencia de actividades físico-deportivas mejora y diferencia la oferta turística de una localidad o de una zona. En segundo lugar, dichas actividades, además de poder llevarse a cabo en zonas costeras, pueden realizarse –y así lo hacen, principalmente, en varias de sus modalidades– en zonas de interior, con lo cual contribuyen a potenciar este tipo de turismo alternativo. En tercer lugar, y en relación con aquellas actividades que suelen darse en un entorno natural, hay que tener en cuenta diversos factores: positivos, en cuanto a la potenciación del turismo, la actividad económica y el desarrollo local en estas zonas, o a una oferta alternativa y atractiva de cara al usuario, pero también negativos, como es, principalmente, la inevitable degradación del medio ambiente y la posible masificación de áreas que no cuentan con las in-

fraestructuras necesarias para ello. En cuarto lugar, la necesidad de colaboración entre instituciones públicas y empresas privadas, a la hora principalmente de invertir, potenciar y promocionar este tipo de acciones. Y, finalmente, no podemos olvidar la vinculación con la cultura e incluso con el patrimonio cultural de estas actividades, hecho este que contribuye a potenciar el turismo cultural de una localidad, de una región o de un país específicos.

Si algo podemos constatar, sin embargo, de lo expuesto hasta ahora, es la extrema complejidad del fenómeno. La selección de los proyectos de desarrollo local a través de la implantación de alguna de las diversas posibilidades en la oferta de actividades deportivas conlleva una serie de incertidumbres que todavía resultan difíciles de planificar y evaluar, y que continúan siendo asignaturas pendientes a tener en cuenta de cara al futuro. Y es que el sistema deportivo, su institucionalización y su práctica, no se agota en su interpretación como elemento significativo del grado de desarrollo social o del nivel de calidad de vida. Tampoco si le añadimos su calidad como instrumento para la modernización y el bienestar. El sistema deportivo es en sí mismo un producto cultural y una construcción social. Su tratamiento como sistema social complejo y auto-referente en un entorno contingente y alternativo se hace, en este sentido, imprescindible.

## Bibliografía

- Bourdieu, P.  
1988 *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Boissevain, Jeremy Y Theuma, Nadia.  
2000 "Un espacio discutido: planificadores, turistas, especuladores y ecologistas en Malta", en Roque, M.A. (ed) *Nueva antropología de las sociedades mediterráneas*. Barcelona: Icaria.
- Carretero, J.L. et al.  
1996 "El marco legal de las actividades físico-deportivas en la naturaleza", en Sánchez, R. (ed.) (1996), *La actividad física y el deporte en un contexto democrático (1976-1996)*. AEISAD: Pamplona.
- Corneloup, J.  
1991 "Escalades et post-modernité", en *Sociétés. Revue des Sciences Humaines et Sociales*. 34. (Dossier : Aventure).
- 1995 "Les nouvelles formes de sociabilité en escalade", en Augustin, J.P., Corsi, G. et al. (1996), *Glosario sobre la teoría social de Niklas Luhmann*. México: Universidad Iberoamericana.
- De Marimon, J. et al.  
1996 "Una proposta taxonómica de les activitats esportives en el medi natural", en Sánchez, R. (ed) *La actividad física y el deporte en un contexto democrático (1976-1996)*. Pamplona: AEISAD.
- Estévez, F.  
1999 "Descongelando cultura. Alimentación, museos y representación", en *Alimentación y Cultura. Congreso Internacional, Museo Nacional de Antropología 1998*. Huesca: La Val de Onsera.
- Farías, E.I.  
1996 "El caso del Parque Nacional Aigüestortes y Estany Sant Maurici-España. Su utilización deportiva turística. Estudio fenomenológico de sus visitantes", en Sánchez, R. (ed) *La actividad física y el deporte en un contexto democrático (1976-1996)*. Pamplona: AEISAD.
- Fructuoso, F.J. Y Pérez, I.F.  
1988 "El deporte como instrumento de creación de una nueva oferta turística antiestacional en la Costa del Sol", en *Antropológica. Revista de etnopsicología y etnopsiquiatría*. 4. Barcelona.
- García Ferrando, M.  
1998 "Estructura social de la práctica deportiva", en García Ferrando, M., Puig Barata, N. y Lagardera Otero, F. (eds) *Sociología del deporte*. Madrid: Alianza.
- Giddens, A.  
1995 *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Península.
- Guay, D.  
1993 *La culture sportive*. París: Presses Universitaires de France.
- Lagardera, F. Y Martínez, R.  
1998 "Deporte y ecología: la emergencia de un conflicto", en García Ferrando, M., Puig, N. Y Lagardera, F. (comps), *Sociología del deporte*. Madrid: Alianza.
- Heinemann, K.  
1991 "Tendencias de la investigación social aplicada al deporte", en *Políticas deportivas e investigación social*. Pamplona: Departamento de Educación, Cultura y Deporte, Gobierno de Navarra.

- Lagardera, F. y Puig, N.  
1996 "Procesos de racionalización, diversificación y retroprogresión en los orígenes y evolución actual del deporte en Cataluña. Reflexiones preliminares", en Sánchez, R. (ed), *La actividad física y el deporte en un contexto democrático (1976-1996)*. Pamplona: AEISAD.
- Lapetra, S. et al.  
1997 *Las actividades físico-deportivas en el marco de la sierra de Guara: aproximación sociológica* (inédito).
- Laraña, E.  
1986 "Los nuevos deportes en las sociedades avanzadas", en *Revista de Occidente* n° 62-63. Madrid.  
1987 "La Sociología del Deporte y el estudio de la cultura contemporánea: Observaciones en torno a la difusión de nuevos deportes", en GONZÁLEZ, J.L. (ed) (1987), *Sociología del deporte*. Bilbao: Servicio Editorial Universidad del País Vasco.  
1989 "Esport i cultura en la societat contemporània. Els nous esports", en *Apunts. Educació física i esports*, 15. Barcelona.
- Luhmann, N.  
1990 *Sociedad y sistema: la ambición de la teoría*. Barcelona: Paidós.  
1996 *Introducción a la Teoría de Sistemas*. México: Universidad Iberoamericana.  
1996b "El concepto de riesgo", "El futuro como riesgo" y "La contingencia como atributo de la sociedad moderna" en BERIAIN, J. (ed.), *Las consecuencias perversas de la modernidad*. Barcelona: Anthropos.
- Medina, F.X.  
1994 "La construcción sociocultural de la identidad a través del deporte", en BARBERO, J.I. (ed) *Ciencias sociales y deporte*. Pamplona: AEISAD.  
2001 "Deporte y turismo", en *Jornadas de Turismo Alternativo*. Barcelona: Escola Superior de Turisme ESERP, 7 de marzo de 2001 (inédito).
- Medina, F. Xavier y Sánchez, Ricardo (eds)  
2003. *Culturas en juego. Ensayos de antropología del deporte en España*. Barcelona: Icaria.
- Merino Mandly, A.  
1998 «Planteamiento y orientación del Encuentro de estudio sobre el Turismo en Andalucía de 1998», en *Primer Encuentro de Estudios sobre Turismo deportivo en Andalucía*. Málaga: Instituto Andaluz del Deporte, 23-24 de octubre (inédito).
- Miranda, J. et al.  
1994 *Las actividades físicas de aventura en Cataluña: análisis socio-cultural. Estrategias para su implantación y difusión* (inédito).
- 1995 "Anàlisi de l'àmbit empresarial i de la difusió socio-cultural de les activitats físiques d'aventura a la natura", en *Apunts de Educació física i esports*, 41. Barcelona.
- Miranda, J. y Mora, A.  
1995 *Estructura i elements per al màrketting del sector empresarial d'esports d'aventura* (inédito).
- Montserrat, S.  
1996 "L'esport com a servei complementari en el turisme de la costa catalana", en SÁNCHEZ, R. (ed.), *La actividad física y el deporte en un contexto democrático (1976-1996)*. Pamplona: AEISAD.
- Moragas, Miquel  
sf. *La cultura mediterránea en los Juegos Olímpicos de Barcelona '92*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics.
- Noya, J.  
1993 "Riesgo o sociedad: ¿es esa toda la cuestión?", en *Revista de Occidente*, 150. Madrid.
- Olivera, J.  
1995 "Les activitats físiques d'aventura a la natura: anàlisi socio-cultural". *Apunts. Educació física i esports*, 41. Barcelona.
- Olivera, J. y Olivera, A.  
1995 "La crisi de la modernitat i l'adveniment de la posmodernitat: l'esport i les pràctiques físiques alternatives en el temps d'oci actiu", en *Apunts. Educació física i esports*, 41. Barcelona.
- Pégard, O. y Pruneau, J.  
2001 «La route du poisson. Le sport au service du patrimoine», en *Ethnologie Française*, 2001-1. París.
- Pociello, C.  
1995 *Les cultures sportives. Pratiques, représentations et mythes sportifs*. París: Presses Universitaires de France.
- Prats, Ll.  
1996 "Antropología y patrimonio", en Prat, Joan y Martínez, Ángel (ed) *Ensayos de antropología cultural. Homenaje a Claudio Esteva Fabregat*. Barcelona:

- Ariel.  
Puig, N.  
1994 "Impacte socio-econòmic de l'esport en el territori", en Puig, N y Zaragoza, A., *Lectures en sociologia de l'oci i de l'esport*. Barcelona: Universitat de Barcelona.  
(1994b "Política esportiva a Espanya", en Puig, N y Zaragoza, A., *Lectures en sociologia de l'oci i de l'esport*. Barcelona: Universitat de Barcelona.  
Puig, N. y Heinemann, K.  
1994 "L'Esport en la perspectiva de l'any 2000", en Puig, N y Zaragoza, A., *Lectures en sociologia de l'oci i de l'esport*. Barcelona: Universitat de Barcelona.  
Rebollo, S. y García, M.E.  
1996 "Análisis de las tendencias deportivo-turísticas en el entorno rural", en GARCÍA FERRANDO, M. y MARTÍNEZ, J.R. (ed), *Ocio y deporte en España. Ensayos sociológicos sobre el cambio*. Valencia: Tirant lo Blanch.  
Reynoso, C.  
1998 *Corrientes en antropología contemporánea*, Buenos Aires: Biblos.  
Sánchez, R.  
1996 "Los usos sociales del riesgo: el deporte de aventura como configurador de una ética de la contingencia", en Sánchez, R. (ed.) *La actividad física y el deporte en un contexto democrático (1976-1996)*. Pamplona: AEISAD.  
Sánchez, R.  
2004 "Nuevos usos de la ciudad: actividades lúdico-deportivas y apropiación del espacio urbano", en ORTIZ, Carmen (ed) *La ciudad es para ti. Nuevas y viejas tradiciones en ámbitos urbanos*. Barcelona: Anthropos-Cuadernos A, 2004.  
Sánchez, R. y Sánchez, J.  
1992 "El fenomen esportiu a la Catalunya d'avui", en *Revista d'Etnologia de Catalunya*, 1. Barcelona.  
1994 "La construcción social de la emoción a través del deporte: una aproximación teórica", en Barbero, J.I. (ed), *Ciencias sociales y deporte*. Pamplona: AEISAD.  
Santana, Agustín  
1997. *Antropología y turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona: Ariel.

## NOTAS

<sup>1</sup> Cf. en este sentido también las aportaciones de Merino Mandly (op. cit.).

<sup>2</sup> En 1992 ya se habían señalado las transformaciones en sistema deportivo catalán vinculándolas a los nuevos valores de la tardomodernidad en Cataluña (Sánchez. y Sánchez, 1992). Y, más recientemente, en otro ensayo sobre el deporte de aventura, éste es visto como un aparato semántico importante para la configuración de una ética de la contingencia imprescindible en las modernas sociedades de riesgo (Sánchez, 1996)

<sup>3</sup> En Cataluña, las Actividades Turísticas de Aventura han sido reguladas por el decreto 81/1991, del 25 de marzo de ese mismo año, y especificadas por la Orden del 10 de abril de 1991. Estas actividades que se desarrollan en la naturaleza y las que conllevan una cierta dosis de riesgo son: rafting, river-ski, hidrobob, hydrospeed, piragüismo, parapente, heliesquí, heliexcursión, marcha a caballo, trekking, descenso de barrancos, mountain bike, puenting y salto elástico. (Sánchez, R. y Sánchez, J.: 1992)

<sup>4</sup> En relación con este hecho, resulta muy interesante, con un ejemplo maltés, el artículo de Boissevain y Theuma, 2000, donde analizan las diferentes interacciones y juego de intereses entre promotores turísticos, autoridades locales y ecologistas en la ciudad de La Valletta, capital de Malta.

<sup>5</sup> Véanse los programas de promoción citados por los propios autores: Turismo verde (uso moderado y restringido de los Parques Naturales); Turismo rural (promoción del espacio rural, economía alternativa a la tradicional, contribución al desarrollo sostenible de la zona); Turismo activo (desarrollo de actividades recreativas, deportivas y culturales); Turismo ecológico (prácticas sometidas a la conservación del medio natural). (Lagardera, F. y Martínez, J.R. 1998).

<sup>6</sup> Una de las primeras interpretaciones desde la ciencias sociales en España, que vinculaba características esenciales de la posmodernidad con los nuevos deportes de aventura fue realizada por Laraña, E. (1986, 1989).

<sup>7</sup> Véanse Olivera, J. (1995) y Pociello (1995, 1996).

<sup>8</sup> "La sociedad se individualiza porque determinados individuos re-socializan, devuelven a la sociedad riesgos que estaban conjurando, según ellos, sin las contraprestaciones suficientes. Estamos ante un cierre social que acarrea la apertura individual al riesgo". (Noya, J.:1993:115).

<sup>9</sup> Extracto del discurso de un comentarista de la cadena norteamericana NBC, citado en Moragas (sf.: 4).

<sup>10</sup> Cf. El Periódico de Catalunya. Barcelona, 25 de julio de 2004, p. 34.



---

<sup>11</sup> Sobre el tema de los nuevos usos de los espacios urbanos y sus transformaciones, especialmente en relación con el fenómeno “skater”, cf. Ricardo Sánchez (2004).

<sup>12</sup> En otro lugar (Medina, 1994) hemos abordado más extensamente este ejemplo.

<sup>13</sup> En un artículo de prensa publicado durante los Juegos Olímpicos de Barcelona’92 se señala sobre los deportes autóctonos canarios: “tan solo la lucha canaria y el palo llegaron hasta nuestros días (en Canarias) como legado deportivo del pueblo guanche”. Poy, R. “Los ancestrales deportes guanches”, en *El Observador*. Barcelona, 10 de julio de 1992. No es extraño, por otro lado, en las Islas, encontrar espectáculos de lucha canaria exhibidos para turistas, junto con otras manifestaciones de más o menos calidad de música y folklore isleño.

<sup>14</sup> Pégard y Pruneau (2001) han abordado este ejemplo en un interesante artículo.

*Recibido:* 13 de agosto de 2004  
*Aceptado:* 30 de noviembre de 2004

# Ciencia y Mar

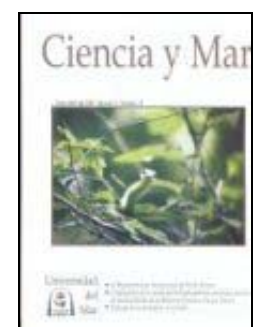
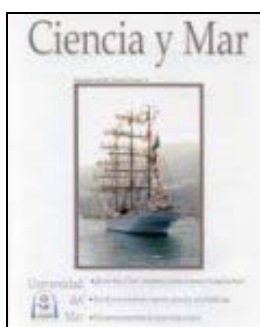
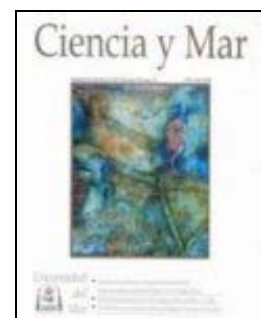


URL: [www.umar.mx/difusion.htm](http://www.umar.mx/difusion.htm)

E-mail: [revista@angel.umar.mx](mailto:revista@angel.umar.mx)



Ciencia y Mar, es una publicación cuatrimestral de la Universidad del Mar. Está dedicada a la publicación de trabajos inéditos en todos los aspectos relacionados con las Ciencias del Mar y las Humanidades.



URL: [www.umar.mx/difusion.htm](http://www.umar.mx/difusion.htm)

E-mail: [revista@angel.umar.mx](mailto:revista@angel.umar.mx)

## Turismo e oferta gastronómica na comarca de Ulloa (Galiza): Análise de uma experiência de desenvolvimento local

**Xerardo Pereiro** †

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)

**Santiago Prado Conde** ‡

Universitat Autònoma de Barcelona (Espanya)

**Resumo:** O nosso artigo baseia-se num projecto de investigação e avaliação da oferta gastronómica na comarca da Ulloa, no centro da Galiza, uma micro-região, atravessada pelo denominado Caminho Francês de Santiago de Compostela, que reúne os Concelhos de Antas de Ulla, Monterroso e Palas de Rei. O projecto foi realizado, em equipa, seguindo a proposta de uma associação de desenvolvimento local e de promoção dos caminhos de Santiago de Compostela – Associação Cultural “Os Lobos”. Esta proposta tinha como o objectivo criar um guia gastronómico que permitisse reforçar uma estratégia de “slow food” ([www.slowfood.it](http://www.slowfood.it)), promover os produtos locais e fazer, simultaneamente, um diagnóstico dos problemas da oferta gastronómica da zona, no que concerne ao turismo. O nosso trabalho representou a base para a criação de uma imagem turística, partindo da realidade dos próprios estudados – algo tido poucas das vezes em conta.

**Palabras clave:** Turismo; Comarca da Ulloa; Guia gastronómico; Desenvolvimento local; Oferta gastronómica

**Abstract:** Our paper is based in a project of research and evaluation of the offer gastronomy in the district of the Ulloa, in the centre of Galiza. A micro-region crossed over by the designated Way of St James and it includes the municipalities of Antas of Ulla, Monterroso and Palas of Rei. The project was carried out in a team, at the proposal of an association of the local development and promotion of the pilgrim’s route to Santiago of Compostela –The Cultural Association “Os Lobos”. The objective of this proposal was to create a food guide which allow to reinforce a strategy of “slow food” ([www.slowfood.it](http://www.slowfood.it)), to promote the local products and make, simultaneously, a diagnosis of the problems of the gastronomic offer of the area, which concerns tourism. Our work performed the base for a creation of a tourist image, in function of the reality of the own studied – something had in count few times.

**Keywords:** Tourism; District of Ulloa; Food guide; Local development; Gastronomic offer

† • Xerardo Pereiro es Doctor en Antropología y desempeña como profesor en la Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD). E-mail: [mirantropos@hotmail.com](mailto:mirantropos@hotmail.com) // [xerardo@miranda.utad.pt](mailto:xerardo@miranda.utad.pt)

‡ • Santiago Prado Conde es doctorando en antropología social en la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). E-mail: [chagopc@yahoo.es](mailto:chagopc@yahoo.es)

### Introdução: A “comarca da Ulloa”

Ulloa é uma micro-região, de 416 quilómetros quadrados, situada no centro da Galiza, que reúne os Concelhos de Antas de Ulla, Palas de Rei e Monterroso, todos eles da província de Lugo. Esta zona interior da Galiza dista, por estrada, 50 minutos de Santiago de Compostela, capital da Galiza, e 30 minutos de Lugo, a capital distrital. Esta área agrega uma população de cerca de 12.000 habitantes, distribuídos em 101 freguesias e 502 entidades de povoação, o que demonstra um intenso grau de dispersão territorial em núcleos de povoamento (Lois e Martínez, 1984; Pereiro, 2003). A comarca de Ulloa coincide, geograficamente, com a parte alta da bacia do rio Ulha e construiu a sua identidade territorial numa ligação histórica com o Caminho Francês de Santiago (Pereiro e Pérez, 1997). Trata-se de um território com uma base económica agrária e com três pólos rurbanos, nas capitais municipais, que centralizam os serviços e o sector terciário (Pereiro, 2003). Alguns dos seus actuais problemas incidem sobre a difícil reprodução social familiar e comunitária (Lois González, 1998): a despovoação, a desagregação, o envelhecimento e o difícil relevo geracional.

Ulloa é uma das “comarcas” (micro-regiões) criadas nos anos 1990, pelo governo “autonómico”, no seguimento do Plano de Desenvolvimento Comarcal da Galiza. Este plano é um modelo de desenvolvimento regional que nasce da ideia de que a Galiza é uma região periférica da Europa – objectivo 1 para a EU – que precisa de fundos e investimentos, para “convergir” com o resto da Europa. Assim, a “comarca” representa: 1) uma nova organização territorial que ultrapassa o reduzido tamanho das freguesias e dos Concelhos, convertendo-se numa entidade intermédia, entre estas e as “províncias”; 2) um modelo de desenvolvimento local; 3) uma reconstrução das identidades locais.

A inspiração da sua criação baseia-se no Artigo 130c da Acta Única Europeia que aponta o seguinte:

“O Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional estará destinado a contribuir para

a correcção dos principais desequilíbrios regionais dentro da Comunidade, através da participação no desenvolvimento e no ajustamento estrutural das regiões menos desenvolvidas e na reconversão das regiões industriais em declínio.”

A resposta que o Plano de Desenvolvimento Comarcal da Galiza concede, desde 1992, a estes desequilíbrios fundamenta-se na criação de um modelo de desenvolvimento dinâmico e auto-sustentável, segundo o qual as políticas se orientam para dinamizar os recursos endógenos e complementar os espaços intraregionais. Tem como finalidade coordenar as administrações públicas e articular, em consonância com os agentes privados, as acções territoriais. A “comarca” funciona, neste modelo, como uma unidade territorial estratégica para atingir a coesão económica e social, sendo entendida como um contexto territorial, formado por um conjunto de Concelhos, espacialmente contíguos, que têm, entre si, uma coesão interna, com base em características geográficas, históricas, económicas, sociais, etc. Numa perspectiva estratégica, a “comarca” representa, na Galiza, um elemento corrector da litoralização e do despovoamento do interior galego. Isto não significa que este objectivo seja atingido. De facto, como veremos na análise posterior, no caso da comarca de Ulloa, existem numerosos pontos críticos, face à sua implementação e à sua potencial reorientação futuras. As “comarcas” regem-se por “fundações comarcais” – no caso de Ulloa, a “Fundación Comarcal de Ulloa” – que representam uma espécie de Gabinetes Técnicos, sob controlo político da Junta da Galiza e dos Concelhos, responsáveis pela gestão de programas de desenvolvimento local (ex.: Leader, Proder, etc.).

Mas, a “comarca” é, igualmente, uma criação sociocultural e uma reinvenção das identidades locais. Se a freguesia ou “paróquia” constituiu uma criação político-identitária, que data da época tardo romana e sueva, no caso dos Concelhos e das “províncias”, a sua criação data do século XIX. Isto significou uma sobreposição de identidades locais. A identidade municipal só se foi consolidando no final do século XX, resistindo a

identidade paroquial como um núcleo identitário fundamental (Pereiro, 2003). Apesar de podermos considerar alguns primórdios de “comarcalização”, durante o século XX (ex.: “partidos judiciais”, “zonas sanitárias”), a “comarca” implica a recriação contemporânea de uma nova micro-pátria identitária e uma comunidade imaginada (Anderson, 1991) e imaginária. A “comarca” não é, pois, apenas uma estratégia de desenvolvimento, nem um mero espaço geográfico, natural e funcional, revelando-se também um espaço cultural e identitário, no qual os seus habitantes constroem o que são, através de uma teia de laços e relações e de sentimentos de pertença, mais ou menos intensos, relativamente a um espaço comum.

### **O Trabalho de campo: método antropológico e experiência**

Como ponto de partida, e depois de elaborar o projecto, desenhámos um guião-questionário que utilizámos como guião de entrevista semidirigida. Este guião-questionário serviu-nos como protocolo de entrada nos locais e de contacto com os seus proprietários. Os itens do guião foram organizados em dez grandes blocos que foram aplicados seguindo a técnica do funil, isto é, do genérico ao específico:

1. Dados biográficos dos proprietários dos restaurantes.
2. Dados gerais dos restaurantes, segundo uma perspectiva diacrónica.
3. Percursos biográficos e formativos d@s cozinheir@s.
4. Dados sobre os produtos gastronómicos cozinhados.
5. Informação sobre o papel dos produtos locais (ex.: queijo da Ulloa).
6. Informação sobre o serviço aos clientes e tipo de clientes.
7. Informação sobre o ambiente do local.
8. Promoção realizada do local.
9. Relação com outros restaurantes.
10. Aspectos a melhorar na oferta gastronómica e de que forma.

Alguns dos aspectos estudados incidiram também sobre: a imagem dos restaurantes, o percurso biográfico-formativo dos seus donos, a importância das relações de género, os impactos sobre o emprego, as identidades locais, o ponto de

vista dos clientes, o significado do “bom comer”, da “boa comida” e dos “bons produtos”, etc.

A aplicação deste guião-questionário permitiu-nos observar e participar em experiências quotidianas, juntamente com os promotores e os consumidores dos locais em estudo. O guião-questionário foi, portanto, um meio para entrar no terreno, um instrumento para obter alguns dados importantes, um modo de aproximação às percepções e conotações, uma forma de compreender e experienciar (Feeterman, 1989), mas não um fim em si mesmo. Numa segunda parte do trabalho, realizámos uma etnografia visual dos locais sob estudo e elaborámos narrativas e imagens de promoção turística que foram dialogadas, comentadas e discutidas com os próprios proprietários dos restaurantes. O objectivo foi criar um marketing cultural visual que identificasse o potencial cliente com o local e os seus utentes. Durante o processo de trabalho de campo, foram dois os investigadores principais – os autores deste artigo – um deles natural do Concelho vizinho de Melide (Terra de Melide) e outro do Concelho de Palas de Rei (Ulloa). Ambos temos realizado as nossas pesquisas de teses de doutoramento naquele contexto, condição que se revela vantajosa no acesso a alguns locais. Procurámos, porém, fazer trabalho em Concelhos distintos daqueles onde tínhamos realizado trabalhos de campo anteriores. Isto foi uma estratégia de investigação consciente que objectivou desfamiliarizar e criar alguma distância nas nossas observações. Ambos tínhamos, portanto, uma experiência de contacto prévio com as pessoas da zona e com os restaurantes, em particular.

A necessidade aplicada de confeccionar um guia gastronómico condicionou o desenvolvimento das nossas pesquisas, realizadas entre os meses de Julho e Dezembro de 2002, mas não as determinou, pois outro dos nossos objectivos era avaliar a oferta gastronómica e diagnosticar os seus problemas. Refira-se que, dos 34 restaurantes inquiridos, 30 aderiram ao projecto e aceitaram o desenvolvimento das nossas pesquisas, com bom acolhimento e interesse. O nosso modo de apresentação era sempre muito semelhante: visitar o local; contactar com os responsáveis pelo

restaurante; explicar o nosso projecto; combinar uma entrevista com os donos, na hora que lhes era mais conveniente; realizar a entrevista, a etnografia visual e a observação participante; redigir o texto para o guia gastronómico; visitar o restaurante e dialogar com os responsáveis, sobre o texto preparado e reformulá-lo se necessário. Sublinhe-se que, nos nossos contactos com os restaurantes, trabalhamos independentemente, em equipa ou com algum membro da associação cultural, para a qual realizámos a investigação. Neste último caso, essa condição facilitou a mediação e reforçou, em algumas circunstâncias, a importância do projecto, mas também o contacto e o clima de confiança e sinceridade, criado durante as nossas pesquisas.

Um detalhe importante é o facto da nossa apresentação pessoal delatar, sempre, o nosso papel de universitários a cooperar com uma associação cultural da zona. Pensamos que o facto de serem universitários a realizar o projecto, ainda que para uma organização da sociedade civil, foi uma mais valia, no sentido de percepção de independência face aos poderes públicos e no sentido de garantir a fiabilidade dos discursos e pontos de vista. Refira-se que uma significativa parte dos entrevistados eram homens que ocupam uma posição dominante no espaço público, sobretudo nas gerações mais velhas (Pereiro, 2003). Observámos também a forma como, nas gerações mais novas, a mulher adopta um papel protagonista como regente dos estabelecimentos, em pé de igualdade com os homens e como força motriz de mudanças, renovações e imagem do local. Nos textos do guia, definimos como objectivo dar visibilidade às mulheres, aos seus nomes e aos seus saberes, muitas vezes ocultos ou apropriados pelos homens, como ressalva a antropóloga Teresa del Valle (1997) no caso basco.

Creemos que a metodologia empregue foi muito útil, como forma de analisar, antropológicamente, a oferta turística desta “comarca” e os problemas a si associados. O cruzamento de metodologias qualitativas com medições quantitativas permitiu-nos obter um diagnóstico bastante fiável sobre o ponto de situação, mas também entender os processos sociais e trajectórias

biográficas que sustentam este tipo de empreendimentos e de oferta.

### **Comer o local: Oferta turística e oferta gastronómica**

Segundo Licínio Cunha (2001), é difícil definir o conceito de oferta turística, uma vez que, potencialmente, são muitos os elementos que fazem ou podem fazer parte dela. Para além disso, esses elementos mudam de contexto para contexto. De forma genérica, Cunha (2001: 175) define ‘oferta turística’ como um conjunto de facilidades, bens e serviços oferecidos aos visitantes de um destino turístico. Contudo, a própria definição de oferta turística não se pode entender isoladamente: existe uma relação entre si, a procura e o consumo turístico. Muitos dos elementos que se definem como oferta turística de um local não integram, exclusivamente, a oferta turística, orientando-se também para o consumo por parte dos locais. Isto é uma estratégia poliactiva que serve para ultrapassar a sazonalidade e o excesso de dependência face ao turismo. Daí que nem todos os locais de destino turístico consigam sustentar a sua oferta com o consumo turístico, o que implica diversificar os públicos alvo. Não é fácil delimitar como conceito a ideia de oferta turística, visto que esse conceito comporta uma considerável ambiguidade, mas podemos tentar defini-la através de alguns componentes genéricos (Cunha, 2001: 178-179): produtos naturais, produtos culturais, infra-estruturas (ex.: sistemas de abastecimento, vias de comunicação, parques de estacionamento, etc.), superestruturas (ex.: alojamento, restaurantes, entretenimentos, comércio, etc.), sistemas de acessos e transportes, hospitalidade e acolhimento (ex.: receber bem).

Para que estes e outros componentes da oferta façam, de facto, parte da oferta turística, devem passar de recursos a produtos, ou seja, devem valorizar-se e preparar-se para o consumo turístico, através de um processo de transformação e valorização que converte os recursos em produtos e atracções. E qual é a utilidade desses produtos? Pois bem, a primeira resposta é a de satisfazer necessidades

básicas e primárias – por exemplo, a nutrição. Mas, muitos produtos turísticos são também consumidos como bens com uma utilidade, essencialmente, retórica e social: tratam-se de bens que são signos encarnados das identidades. O seu consumo serve para construir identidades sociais, encarnadas nos artigos consumidos (Appaidurai, 1988: 38). Isto é manifestamente evidente em consumos públicos, como a comida e a bebida, através dos quais o indivíduo não só constrói o que é, como também manifesta e deixa ver o que é.

A gastronomia é um terreno de luta pela distinção simbólica, entre grupos sociais (García Canclini, 1995; Mintz, 1999). Nesta óptica, a oferta gastronómica de uma terra não participa, apenas, no ciclo de produção e reprodução social, assumindo-se também como uma forma de relacionamento e diferenciação, relativamente a outras terras, culturas e povos com os quais concorre. Um exemplo disso é a catalogação literária dos galegos como “comedores de batatas” (Rivas, 1991). Relativizando o mito irlandês, afirma-se que um galego não come carne com batatas, mas batatas com carne. A batata representou um novo elemento culinário que veio de América, mas que só se consolidou no século XIX e que se combinou com a castanha e o milho (este último também vindo de América), na dieta atlântico-peninsular (Saavedra, 1994).

Na actualidade, comprovamos como, cada vez mais, o “rural” se vende como neoproduto para consumo turístico. Isto é muito significativo na Galiza, desde a implementação de programas de desenvolvimento de turismo rural, nos anos 1990. A gastronomia passou a ser um dos eixos fundamentais, à volta do qual girou e gira a oferta turística. A oferta gastronómica é, depois do alojamento, um dos pontos fortes da oferta turística. Os visitantes, principalmente excursionistas, visitam zonas rurais com motivações, essencialmente, gastronómicas: não podemos esquecer que na Galiza existem 315 Concelhos e mais de 400 festas gastronómicas públicas (González Reboredo e Vaqueiro, 1997). Portanto, o que os turistas querem é “comer bem”, uma prática ritual que contaminará outros turistas com o vírus turístico. Para além

disso, os turistas não vêm sozinhos: chegam em pares ou em grupos. Daí que a oferta gastronómica possa ser pensada como uma estratégia de gastro-anomia (Fischler, 1979): a comida e as bebidas são um poderoso factor de construção e de coesão social.

Podemos afirmar que toda oferta gastronómica encerra uma teoria sobre a alimentação e os corpos, formas de cozinhar e de combinar produtos alimentares. Organiza-se em função da procura e acultura-se relativamente a esta, mudando hábitos alimentares. A oferta gastronómica encontra-se condicionada por imaginários colectivos sobre o “bom comer” e o “bom beber”, mas também pela forma como, quando e com quem se come e bebe. Para além disso, os visitantes não consomem, apenas, gastronomia, mas também outros elementos da oferta, como a paisagem ou a cultura: consomem, sobretudo, identidades mercantilizadas (Greenwood, 1992) – os elementos da oferta gastronómica servem como elementos ou senhas de identidades socioculturais (ex.: étnica, de género, de idade, territorial, de classe). Estas identidades socioculturais são afectadas pela globalização, que tenta homogeneizar as formas de comer, não sem encontrar resistências e adaptações.

### **Gastronomia, turismo e desenvolvimento em Ulloa**

Apresentamos, neste ponto, uma série de traços avaliativos da oferta gastronómica da “comarca de Ulloa”. O fio condutor será o seguimento dos restaurantes como elementos fundamentais da oferta e espaços de mediação, entre esta e a procura.

A gastronomia converteu-se, actualmente e de tal forma numa expressão cultural, que se tornou recorrente falar em “património gastronómico”. Isto não é mais do que uma estratégia de turistização que converte recursos em produtos. Podemos observar, muito bem, este facto, na zona estudada, onde os caminhos de Santiago têm gerado uma vasta literatura gastronómica (Zarzalejos, 1993, 1999, 2003). Ainda que o nosso objectivo não seja rever essa literatura, a sua existência é sintomática da importância da gastronomia

como um dos produtos turístico-culturais mais importantes da Europa.

### *Trajectórias vitais e formação dos “hoteleiros”*

Os responsáveis pelos 30 restaurantes entrevistados tinham as seguintes médias de idade: 46,50 anos (Antas de Ulla), 50,37 anos (Monterroso) e 42,2 anos (Palas de Rei). Isto reflecte a estrutura geracional da “comarca” de Ulloa, uma terra com pouco trabalho juvenil. Foram entrevistados: 9 homens e 2 mulheres, em Antas e Monterroso, e 11 mulheres e 5 homens, em Palas de Rei, o que perfaz um total de 14 homens e 13 mulheres entrevistados. O seu percurso biográfico pode ser caracterizado em três tipos:

1) A maioria é natural da comarca, tendo emigrado, quando mais jovens, com o seu cônjuge, para Inglaterra, Suíça, Argentina, Catalunha, Euskadi – locais onde trabalharam no sector e se formaram, informalmente – regressando, posteriormente, à sua terra de origem, onde abriram um restaurante.

2) Os naturais da comarca que não emigraram e que herdaram um saber familiar e/ou re-abriram um restaurante com boa imagem na zona.

3) Os não naturais que se instalam na “comarca” (ex.: casamento com uma pessoa local) e que decidem abrir um restaurante, bar ou tasca. Alguns deles têm herdado dos seus pais um saber gastronómico acumulado (ex.: polveiros).

Eles mesmos autodefinem a sua profissão como “hoteleiros”, “restauradores”, “empresários”, “pulpeiros”, “gerentes”, “tasqueiros”. São, maioritariamente, proprietários dos edifícios ou casas onde se instalam estes locais e combinam, geralmente, o empreendimento (restaurante) com a habitação, fixada no andar superior do restaurante, tal como vem sendo recorrente, desde há algumas décadas, nesta zona. Sublinhe-se também que a maior parte destes restaurantes tem funções plurais e actuam também como café-bar e complemento de alguma casa de

turismo rural.

### **Breve história dos restaurantes, oferta e novas práticas culturais**

O sector hoteleiro experimentou, na comarca em questão, uma profunda transformação, nos últimos dez anos, como demonstra a quantidade de locais abertos. Somente entre o ano 1994 e 2003, foram criados dezoito novos locais, número que se contrapõe aos dez que persistem de anos anteriores<sup>1</sup>.

O aumento da oferta, nos últimos anos, não se relaciona, apenas, com o aumento dos visitantes e com as expectativas criadas face à peregrinação jacobea, mas também com a procura e o novo consumo dos locais. A mudança de costumes locais, relativamente à alimentação, é manifesta, nas últimas décadas (Castro, 1998). Actualmente, a noite de sábado é o dia em que as elites locais e as novas classes médias costumam jantar fora de casa, com os seus amigos, preferentemente num bom restaurante. Nesta prática social, é importante a afirmação do estatuto social: este é tanto maior se estas práticas rituais ocorrem nos restaurantes das casas de turismo rural. Esta prática manifesta-se na expressão “comer fora” (da casa), que significa que as pessoas “podem” e “ganham”: detêm uma certa posição socio-económica que lhes permite consumir “luxos”.

### *Os impactos no emprego*

O emprego directo, gerado por estes restaurantes, pode ser definido em dois tipos: por um lado, o emprego familiar (49 pessoas) e, por outro, o emprego não familiar (28 a tempo integral, 2 a tempo parcial e 29 sazonais). O impacto directo nos índices de emprego da comarca pode, pois, parecer pouco importante, mas não podemos ignorar que estes restaurantes actuam como dinamizadores e catalizadores de outros sectores económicos e produtores, o que demonstra a sua potencialidade indirecta – se atentamos nos últimos nove anos, verificamos que abriram dezoito novos locais. Compreenderemos melhor este facto quando analisarmos o papel dos produtos locais e do restaurante como um elemento de divulgação ou ocultação.



### *Cozinha e género*

No seio do emprego directo gerado, um dos papéis de destaque é o de cozinheiro ou cozinheira. Na grande maioria dos casos, é uma mulher que trabalha na cozinha, sendo referencialmente, uma mulher da zona que aprendeu a cozinhar, por tradição familiar e por experiência no restaurante no qual trabalha. Mas também é certo que numa divisão de tarefas segundo o género, os homens costumam cozinhar o polvo cozido (“à galega” ou “à feira”) e a carne grelhada, enquanto as mulheres cozinham os outros pratos. A idade média dos trabalhadores da cozinha é de 44,9 anos. Esses indivíduos, cujo perfil já foi definido anteriormente, justificam da seguinte forma o facto de terem abraçado a profissão:

‘A formação é não formal, aprende na casa, estive à procura nas escolas de hotelaria, mas não gostei porque ensinam e aprendem nova cozinha, mas não cozinha tradicional, que é a que eu quero oferecer. Eu mesmo ensino os empregados a lidar com os clientes.’ (Homem, 50 anos, 31-08-2002)

O facto de se ser cozinheira relaciona-se, consideravelmente, com o facto de se ser mulher: cozinhar como uma mulher significa cozinhar da mesma forma como o faziam as suas mães e avós: ‘por experiência (Homem, 57 anos, Setembro de 2002); ‘por transmissão familiar (Mulher, 29 anos, Setembro de 2002).

Portanto, ser cozinheira tem a ver com a experiência de género, com a transmissão familiar dos saberes e das identidades. Assim, segundo Mariño Ferro (1997), a mudança mais importante que os costumes alimentares da Galiza “tradicional” experimentaram é o facto de, actualmente, se consumirem, com muita regularidade, pratos que, antigamente, só se podiam permitir nas festas e nas grandes ocasiões. É neste contexto que a mulher se converteu na garantia destes saberes, da sua preparação e de assegurar ao consumidor que tudo se encontra em sintonia. Como nos recorda López (2001), os processos culinários são talvez os elementos sensíveis mais fortes para serem utilizados como metáforas que explicam transições pessoais ou históricas. Neste sentido, a identidade da mulher é valorizada quando se trata da

elaboração de produtos que fazem parte da dieta caseira de qualquer habitante da “comarca”. Além disso, se os pratos deixam de ser considerados como “tradicionalistas” ou “caseiros” e adquirem um determinado prestígio vanguardista, a valorização pode mudar de género e a cozinheira converte-se em cozinheiro. Esta ambivalência expressa, no sentido de Augé (2001), a segmentação socioespacial do género e a apropriação masculina de saberes femininos (Del Valle, 1997) que se masculinizam no espaço público<sup>2</sup>.

### *Produtos gastronómicos: “Disfruta, come e bebe e depois que o demo te leve”*

Os alimentos servem, de uma forma prática, para satisfazer necessidades primárias, mas encontram-se, simultaneamente, associados a afectos e emoções nutridos pela gente e pelos espaços onde nos alimentamos (Mintz, 1999). Para além disso, os alimentos são um elemento configurador das nossas memórias e identidades. Noutra perspectiva, os alimentos podem ser pensados como elementos de ligação entre o local e o global, entre o capitalismo dominante e as economias locais. A organização da comida expressa igualdades e desigualdades, semelhanças e diferenças culturais, entre grupos e subgrupos humanos. A comida não se reduz a uma simples actividade biológica ou de nutrição (Contreras, 1993: 9), podendo ser considerada um campo de luta ideológica (Mintz, 1999), entre indivíduos e grupos.

A comida é um meio de afirmação das identidades e das posições sociais. Podemos observar este facto através do estudo: dos produtos cozinhados, dos restaurantes escolhidos, dos pratos escolhidos, das formas como são servidos, das formas como são consumidos, das bebidas reservadas para algumas ocasiões, etc. No que concerne aos pratos cozinhados nos restaurantes desta zona de interior – situada a aproximadamente 100 quilómetros do litoral –, a oferta estende-se desde os mariscos até à carne de vitela e porco, organizados em primeiro prato, segundo prato e sobremesa, incluindo pão, vinho ou outras bebidas e sobremesa. A oferta gastronómica, condicionada pela procura, expressa distinções de género,

idade e também diferenças entre locais e visitantes. Nos restaurantes, as mulheres costumam consumir mais vegetais e peixe do que os homens – estes tendem a preferir o consumo de carne. Num restaurante do Caminho Francês de Santiago, as peregrinas costumam repetir, até três vezes, o “caldo galego”. As pessoas naturais da zona, mais idosas, costumam comer mais carne que peixe. Os mais jovens costumam comer mais peixe, mais vegetais e mais comida transnacional do que os adultos. Os residentes locais comem mais carne – sobretudo porco e vitela – do que os turistas, que, apesar de se encontrarem numa zona do interior, procuram peixe e mariscos. Os locais comem marisco, em cerimónias extraordinárias, como casamentos e baptizados. Comer pão branco (trigo), em detrimento do pão negro (integral) e do pão de milho (broa) populares, converteu-se, nos anos do pós-guerra, num sinal de refinamento. Na actualidade, os valores invertem-se: comer pão integral, broa, centeio e pão artesanal de Antas (“com trigo do país”) é associado a refinamento e distinção.

A par destas práticas culturais gastronómicas diferenciadas, existe uma série de estereótipos que define o que é e o que deve ser o homem e a mulher, o jovem e o adulto, o local e o visitante. Assim, por exemplo, a mulher jovem está ideologicamente condicionada, pela construção cultural do corpo “danone” ideal (magrinho). O homem recebe, com aprovação social, o facto de comer carne, o que vai confirmar a sua virilidade e masculinidade. Os mais velhos da zona comem em “mesa farta” e sobrealimentam-se para contruir uma memória de um presente cheio de fartura e abundância, combatendo assim a memória da fome do pós-guerra civil espanhola; valorizam mais a quantidade, sobre a qualidade, e estão dispostos a convidar vizinhos e amigos com sobreabundância. Podemos afirmar que assistimos a um processo de confronto e luta, entre uma “moral da boa vida” e uma “moral dietética” (Castro, 1998: 70). O primeiro tipo de moral é caracterizado pelo hedonismo e pelo prazer social da comida e da sua sociabilidade. O segundo tipo de moral é caracterizado pela “dadonização” dos corpos e pelo prazer de não comer,

próprio de modas sociais emagrecedoras (Contreras, 1993: 12) que encarnam uma nova imagem estético-social e uma nova consciência alimentar, baseada em princípios de saúde. Se até há pouco tempo não comer ou não poder comer de tudo significava escassez, fome e sofrimento, hoje a “dieta” significa falta de saúde porque não se pode “comer de tudo” ou prazer. A estética da linha magra expressa a actual ideologia do “light”, do enganar a fome, da salvação do corpo (Contreras, 1993: 50). Estas duas morais expressam-se em práticas culturais que se confrontam ideologicamente. Assim, os habitantes da cidade de Lugo acusam os da cidade da Corunha de estarem em casa vestidos, com o abrigo de peles, mas o frigorífico vazio de comida (Lamela Vieira, 1998).

Perceberemos melhor este confronto e as relações entre o local e o global se analisamos alguns produtos da oferta gastronómica. É através deles e do seu poder simbólico que se desenham as dominações, as hegemonias, os confrontos, as resistências, as adaptações e as contestações. Um prato fundamental desta zona é o polvo cozido (Cunqueiro, 1996), que, apesar de ser um prato de origem marinha, se converteu num “prato típico” do interior galego, que anteriormente era consumido pelos camponeses. Hoje é um prato adoptado pelas classes médias e pelas elites. Antigamente, o polvo era secado ao sol na beira do mar e exportado, para o interior, em troca de produtos lácteos, como o queijo. Actualmente, adopta formas de conservação modernas, como a congelação. Antigamente, era um prato dos dias de feira, cozinhado por polveiras ambulantes que o coziam nas suas panelas de cobre. Hoje, o polvo é um prato que se “sedentarizou”, passando a ser servido, diariamente, nos restaurantes, convertendo-se também num ícone da identidade galega.

Apesar de “Ulloa” não ser uma zona de produção de vinho, os vinhos também detêm um papel fundamental na definição do que é um bom restaurante e uma boa refeição. Simultaneamente, os vinhos são um elemento da oferta gastronómica que serve para pensar a mercantilização do “local” e do “global”. No caso que nos ocupa, verifica-se uma mudança dos vinhos “da

casa” para os vinhos etiquetados. Passámos, em poucos anos, de uma ideologia vinícola popular que defende os vinhos da casa perante aos etiquetados (“Abrese un albariño e queda morta de pena... hai que ir ao práctico, non ao refinado” – Mulher, 63 anos, 14-07-2002), para uma ideologia burguesa que defende a escolha de um vinho engarrafado, crianção ou reserva nas ocasiões especiais. E, entre os vinhos servidos, o hibridismo continua a ser o traço característico da oferta: oferecem-se vinhos caseiros, vinhos galegos (Ribeira Sacra, Rias Baixas, Valdeorras fundamentalmente), vinhos espanhóis (Rioja e Ribera del Duero, fundamentalmente) e vinhos estrangeiros (italianos e franceses fundamentalmente).

Entre os produtos gastronómicos pensados como “locais” (queijo, “lacón”, “pan de Antas”, espargos, ovos de Vilane, framboesa, batatas, castanhas, cogumelos), o hibridismo é o traço geral característico. Assim, por exemplo, alguns restaurantes oferecem queijo de vaca local como sobremesa, oferecendo, porém, quer o queijo artesanal (“o das senhoras”), quer o queijo semi-artesanal, produzido por alguns empresários locais. Outro exemplo é o pão: nesta zona, o pão artesanal é produzido por pequenas empresas familiares, com grande qualidade e muita concorrência pela qualidade. Nalguns restaurantes da zona, podemos encontrar, para além deste pão, o pão industrial com conservantes, servido nos pequenos-almoços dos peregrinos.

Os novos paladares urbanos estão a condicionar a oferta, no sentido de procurar novos sabores, mais sóbrios, menos salgados e mais “light”. Estes são os sabores que triunfam entre os visitantes; entre os locais a distinção da que fala Bourdieu (1979) joga um papel fundamental nas discussões entre os produtos autenticamente artesanais e os produtos industriais (ex.: queijo da denominação de origem Arzúa-Ulloa). As camadas mais jovens e mais urbanizadas procuram os produtos semi-artesanais, que, conservando, ainda, uma imagem de autenticidade e de ancoragem local, se encontram submetidos a regulamentações internacionais transnacionais. Ao mesmo tempo, alguns restaurantes também oferecem “queijo de Castilha” ou “queijo

manchego”, segundo alguns, por uma razão prática de melhor conservação (“aguenta mais”). Além disso, alguns produtos, como o “cordeiro”, são trazidos de Castela, porque ali é “lechal”, isto é, só tem um mês e dá “chuletillas” e não “chuletas”.

É de destacar que, além da cozinha local, o visitante ou o local também pode encontrar, nos restaurantes estudados, exemplos de cozinha transnacional, como ilustra a existência de alguma pizzaria ou alguma hamburgueria. Em certas casas de turismo rural, o visitante pode encontrar pratos típicos da cozinha francesa ou cervejas internacionais, ou productos exóticos como a avestruz e o canguru. Este é um campo onde a mundialização e a globalização se encontram muito presentes. Todos estes factores nos obrigam a repensar o que é “um produto local”. O produto local é o que se vende na localidade? O que se produz no espaço rural? O que é produzido artesanalmente? O que é produzido por residentes locais? O que se produz industrialmente e é vendido no local? Algumas casas de turismo rural oferecem – a clientes locais de confiança – compotas artesanais, produzidas por eles mesmos, mas também oferecem outras produzidas noutras terras. Outras vezes, alguns produtos locais, como os produtos hortícolas comercializados pela empresa “Arotz”, são recolectados por locais, na zona, mas etiquetados em Castela e vendidos no centro e norte de Europa, não sendo distribuídos na zona nem dando mais valias promocionais para a região. Nalguns casos, alguns produtos – como os queijos com denominação de origem “Arzúa-Ulloa”, os eco-iogurtes de “Arqueixal”, os ovos de “Pazo Vilane” ou os ovos de “Campomaior” – são produzidos na zona e mercantilizados local e internacionalmente, sendo mais apreciados fora da região do que dentro da mesma (ex.: pelos próprios restaurantes).

Podemos afirmar que muitos “produtos locais” representam uma resposta comercial defensiva dos pequenos produtores, face às produções industriais, utilizando para isso a tradição, os saberes herdados do passado, o conhecido, o artesanal, o caseiro, o de confiança, o sabor e o “autêntico”. Paradoxalmente, muitas grandes empresas de produtos gastronómicos

micos utilizam discursos semelhantes para vender os seus produtos. Também podemos afirmar que existe uma tensão estrutural, entre a denominada “cozinha de sazonal (“cozinha de tempada)” – aquela que utiliza os produtos locais (produzidos na zona) de cada tempo ou estação do ano – e uma cozinha internacional transnacional que introduz produtos exógenos que são reapropriados pelos locais.

Em relação às ementas, destaque-se que os preços oscilam entre os 6 e os 20 euros, sendo mais caros os restaurantes das casas de turismo rural, nos quais as refeições devem, em certos casos, ser encomendadas com antecedência. É nestes restaurantes que a oferta se orienta mais para o turista do que para o local. O local consome nestes locais com um objectivo de distinção social e demonstração do seu estatuto (Bourdieu, 1979). Neste sentido e alterando o contexto, poderíamos utilizar a confrontação entre Lévi-Strauss e Marvin Harris, visto que o processo culinário, nas casas de turismo rural, seria o “bom para comer” de Harris (1990) e o “bom para pensar” de Lévi-Strauss (1986).

As salas de jantar dos restaurantes inquiridos oscilam entre as 30 e as 350 lugares. Uma sala de jantar espaçosa permite alargar a oferta para casamentos e outras cerimónias, o que diversifica a oferta na conquista de diferentes públicos-alvo. Outro aspecto importante é o facto de nem todos os restaurantes disporem de listas das ementas ou cardápios, pelo que, nestes casos, a informação é transmitida oralmente. Por outro lado, as listas costumam estar escritas em castelhano: só em quatro casos observamos listas em idioma galego e em castelhano, o que é bem significativo de como o “local” se veicula e vende em “espanhol”, como estratégia de inserção no mercado. Paradoxalmente, embora grande número de peregrinos e visitantes fale essas línguas, quase não existem listas em inglês ou francês: só em quatro casos encontramos listas em inglês e em três casos em inglês e em francês. Na mesma linha, os trabalhadores dos restaurantes não conhecem outros idiomas que não sejam o galego e o castelhano, com excepção dos emigrantes retornados e de dois casos nos quais os filhos escolarizados fazem parte da equipa do restaurante ou

ajudam temporariamente nas suas lides.

#### *Os clientes: a alma do negócio*

Relativamente a este ponto, é imprescindível considerar o tipo de clientes ou consumidores e as motivações ou sentidos do seu consumo, visto que a compreensão da oferta depende, largamente, da sua ligação à procura. Os clientes podem ser diferenciados da seguinte forma:

a) Os que frequentam diariamente os restaurantes ou que costumam ser gente de passagem acompanhada por alguns habituais das vilas que praticam uma relação de fidelidade com o restaurante e o seu “prato do dia”.

b) Os que frequentam os restaurantes aos fins-de-semana, costumam ser turistas e pessoas locais das camadas jovens (ex.: parelhas) e das classes médias que procuram quebrar as rotinas semanais e reconstruir as sociabilidades grupais com amigos e familiares.

c) Turistas alojados nas casas de turismo rural<sup>3</sup> (portugueses, madrilenhos, catalães, bascos, galegos...), normalmente durante os fins-de-semana e os períodos de férias.

d) Os peregrinos de Santiago de Compostela que viajam a pé, de bicicleta ou a cavalo<sup>4</sup>.

Inquiridos os “hoteleiros” sobre as razões pelas quais os clientes frequentam os seus locais, as respostas foram as seguintes: “pelo boca a boca”, “por contactos”, “por reenvios de outra casa de turismo rural”, “porque ficam contentes”, “pela qualidade dos produtos”, “porque são conhecidos há muito tempo”, “porque a gente gosta de ver preparar os alimentos” (polvo), “pelo tratamento”, “pelo ambiente rústico”, “pela estância”, “pelo caminho”, “pela elaboração dos produtos”. Note-se, a partir destes discursos, como, paradoxalmente e questionando outras técnicas de promoção da oferta, o ‘boca a boca’ funciona como um instrumento fundamental de divulgação e publicidade:

“En la cruel matemática de los restaurantes de dos o tres estrellas, el cliente que haya comido bien lo contará a dos o tres personas más. Quien haya quedado insatisfecho lo contará a diez o veinte” (Bourdain, 2002).

Destaque-se a forma como as casas de turismo rural estão a utilizar uma estratégia de solidariedade e reciprocidade do tipo ‘ganhar todos para eu também ganhar’. Um outro aspecto que a sublinha é o “ambiente”, que alguns definem como “rústico” e que podemos afirmar de ruralista, mostrando elementos de um passado próximo (ex.: arados, candeeiros, ...) que se está a transformar rapidamente e com o qual se identificam na permanência estética. Um passado que, além de servir como decoração, expressa o seu simbolismo, através do tempo. Oferece-nos uma imagem de tradição e, portanto, uma imagem na qual subjaz a venda uma ideia de qualidade. O valor reificado da tradição, através da decoração está encarnado numa pessoa que garante a tradição culinária: a cozinheira. É esta que desenvolve e produz o legado da sua mãe, que demonstra que a comida se prepara como sempre se fez, como “comida da casa”, “da zona”, “típica”. Paradoxalmente, a tradição é reconstruída e introduzem-se nela produtos exógenos que são apropriados pelos locais, para integrar a “tradição” ou para serem exibidos como “vanguarda”. A tradição é, portanto, forjada não só com o passado, mas também no presente e com relações entre ambos.

#### *Promoção e relação com outros restaurantes: “E para comer Lugo”*

A Galiza é uma terra que tem uma imagem turístico-gastronómica muito positiva (Nogueira García, 1998). E, na província de Lugo e mais precisamente nos seus centros urbanos, o valor cultural dos produtos agrários é bastante reconhecido. A nível de promoção da oferta gastronómica, nos anos 1960 criou-se o slogan “E para comer Lugo” que constitui uma imagem de marca. Nessa altura, foram colocados cartazes publicitários, em todas as populações à volta da cidade de Lugo. Isto revela a importância que a comida tem para os lucenses.

Na “comarca de Ulloa”, a promoção é um aspecto sobre o qual tem havido pouca preocupação. Como instrumentos de autopromoção alguns restaurantes dispõem, apenas, do rótulo luminoso e de um toldo de tela, colocado à entrada do local. O cartão publicitário é algo mais

generalizado, mas o desdobrável ou a web são meios utilizados, apenas, pelas casas de turismo rural, que se apresentam como as mais inovadoras. Outras estratégias de autopromoção são as “jornadas gastronómicas”, dedicadas a um produto (ex.: espargo da Ulloa), que determinado restaurante realiza, por iniciativa individual. Há que referir, no entanto, que, em linhas gerais, este tipo de iniciativas se encontra ausente.

Normalmente, a relação com os outros restaurantes estabelece-se através das associações de empresários e comerciantes que representam os interesses do sector. Na vila de Monterroso, existem alguns exemplos de cooperação entre os restaurantes. Um desses exemplos é o “menu para o dia das feiras”: nos dias da feira mensal, todos os restaurantes oferecem uma ementa, por 9 euros, com pratos muito semelhantes, entre os quais não falta o polvo. Nesta mesma vila e durante o ano santo jacobeu de 1999, estabeleceu-se um “menu do peregrino”. Esta iniciativa foi realizada, com a colaboração do Concelho que disponibilizava um autocarro para transportar os peregrinos, desde Ligonde (Caminho Francês de Santiago, a 8 quilómetros da vila) até à vila de Monterroso, onde podiam dormir, comer e descansar até reiniciar o caminho no dia seguinte.

Como investigadores é preciso apontar que, com algumas excepções, detectamos pouca cooperação entre os restaurantes e entre os agentes que, em teoria, promovem ou deveriam promover conjuntamente com estes. Observámos também que há mais cooperação entre as casas de turismo rural e entre os mais jovens. Isto deve-se a vários factores. Na nossa óptica antropológica, os responsáveis pelos restaurantes das casas de turismo rural têm a percepção de que os clientes não são limitados e de que podem, potencialmente, aumentar a procura, através da atracção turística dos seus estabelecimentos e da cooperação para que todos ganhem. Segundo o seu ponto de vista, concorrem por recursos que não são estritamente escassos, mas potencialmente acrescidos com estratégias de cooperação que criem uma imagem de marca para a

“comarca”. A fidelização do cliente é, igualmente, feita através desta estratégia de cooperação, na qual todos podem ganhar através de uma certa reciprocidade.

Os outros restaurantes pensam a clientela – fundamentalmente local – como um recurso mais escasso: o declínio demográfico reflecte-se bastante na economia destes empreendimentos. Só os restaurantes, situados próximo do Caminho de Santiago, é que saem reforçados com a afluência de peregrinos, sobretudo nos períodos estivais. Esta sazonalidade é compensada, durante o Inverno, com a clientela local. Apesar do Caminho Francês de Santiago ter um impacto económico muito importante, para as populações do seu contorno, a sazonalidade não deixa de estar presente.

Detectamos também uma escassa união de vontades, entre os restaurantes, os concelhos, a “Fundación Comarcal da Ulloa” e a “Xunta de Galicia”. Os localismos municipais exacerbados (Pereiro, 2003) travam a coordenação de uma oferta turística bem planificada (ex.: ausência de postos de informação turística) e dificultam muito, a médio e longo prazo, a dinamização turística (ex.: planificação de uma oferta de turismo cultural). Observemos, agora, as propostas de melhoria, desde o ponto de vista dos “hoteleiros”.

#### *Propostas de melhora desde o ponto de vista dos “hoteleiros”*

No proceso de traballo de campo, os “hoteleiros” e alguns consumidores, que se encontravam no local no momento de realização das nossas pesquisas, delataram-nos as suas propostas de melhoria. Vamos, portanto, dar voz aos protagonistas, para depois analisar, em conjunto, as respostas:

- “Traendo xente, postos de traballo é o que fai falta”, “Cincuenta empregos”, “Defender os nosos productos” (Homem, 43 anos, 31-08-2002)

- “Está todo sin facer”, “Organizar as casas de turismo rural, formación profesional, promoción, asistir a feiras, invitar aos promocionadores..., adecantar os contornos, pois temos mala imaxe, mellorar a autoestima, facer rutas, publicidade para o concello...” (Homem, 50 anos, 31-08-2002)

- “O servicio, darnos a coñecer, traer turistas, excursións, atraer xente e que lle quedara ganas de voltar, máis promoción, máis cuidado, por exemplo en Pambre ou no Castro de Amarante...” (Homem, 33 anos, 7-9-2002).

- “Máis comercialización dos productos locais no local, máis asociación entre os restaurantes, asesoramento xurídico, por exemplo facer a declaración da renda, ...”, (Homem, 56 anos, 8-9-2002).

- “Máis publicidade, máis entretenimento para o inverno, para atraer máis xente (exemplo: pista de patinaxe, piscinas climatizadas, salas de xogos), puntos de información turística”, (Mulher, 30 anos, 14-07-2002).

- “Máis unión e máis promoción gastronómica” (Homem, 39 anos, 15-07-2002).

Aos Concelhos solicita-se-lhes também mais promoção. À “Xunta de Galicia” pede-se-lhe “axudar un pouco mais”, “baixar os impostos” e “axudar à promoción”, (Homem, 33 anos, 7-9-2002). Relativamente à “Fundación Comarcal A Ulloa”, verifica-se que o desconhecimento sobre a sua existência, fins e actividades continua a ser muito grande, assim se diz: “Non se sabe como está funcionando” (Homem, 33 anos, 7-9-2002), “não sei bem como funciona eso” (Homem, 56 anos, 8-9-2002).

Apesar das críticas dos “hoteleiros”, face às instituições, serem muitas e variadas, todas confluem num ponto: não há consciência, nem percepção de que as citadas instituições façam algo pelo desenvolvimento local e pela situação da gastronomia e da “restauração”. Expressam-se carências na informação, na promoção, na falta de apoio (ex.: acusa-se à Câmara Municipal de Palas de Rei de ter deixado morrer a feira). A maior parte não conhece, nem tem relações com a “Fundación Comarcal da Ulloa”: a instituição responsável pelo plano de desenvolvimento comarcal. Por outro lado, também se critica o abandono do “desenvolvimento local”, deixando que o peregrino passe mas que “non coñeza” a zona. Entendemos estas críticas não como uma simples queixa, mas como análises de situação e propostas de melhoria, ou seja, como análise de problemas e de possíveis soluções para os mesmos.

### **Conclusões: Somos o que comemos, como e com quem comemos**

O atraso na publicação do guia gastronómico não nos tem permitido avaliar os efeitos do mesmo nos “hoteleiros” e nos seus clientes. O bom acolhimento que o projecto recebeu, assim como o seu desenvolvimento, prometiam e prometem efeitos positivos sobre o desenvolvimento de uma imagem de marca e sobre o questionamento da necessidade de reorientar e repensar a oferta gastronómica. Este trabalho pode, sem dúvida, ajudar a alcançar esse objectivo.

Por outro lado, podemos concluir com alguns aspectos que caracterizam a oferta gastronómica e algumas considerações, sobre o seu papel social na oferta turística e no desenvolvimento da “comarca de Ulloa”:

- Os responsáveis pelos restaurantes são mediadores, entre a oferta turística e gastronómica e a procura (consumo).

- A comida e a bebida são um factor de intensa construção e reconstrução social. Neste sentido, é tão importante o que comemos como com quem comemos (Mintz, 1996) e onde comemos. Partilhar alimentos é, segundo este ponto de vista, uma forma de criar convívio e de estabelecer laços sociais.

- A própria oferta gastronómica é diferenciada, de acordo com a classe social (tasca face a casa de turismo rural). A produção, elaboração, distribuição e consumo da comida estabelece também senhas de identidade, no que se refere à construção do género, pertença a um grupo... (Brandes, 2001) – elementos que reconstruem e dinamizam a própria oferta gastronómica.

- A oferta turística e gastronómica entendem-se melhor quando as relacionadas com a procura e o consumo. O consumo pode ser entendido como uma actividade que responde a necessidades satisfeitas de maneira diferente, mas sobretudo, a necessidades socialmente diferenciadas (Lamela Vieira, 1998: 77).

- A oferta gastronómica é, no contexto do Noroeste Peninsular, um elemento importante da oferta turística, da identidade e da distinção social.

- A oferta gastronómica da comarca de Ulloa diversificou-se, relativamente aos

públicos alvo: locais, peregrinos, turistas e turistas rurais. São estes que condicionam, recriam, solicitam e consomem, mas também intervêm na construção da própria oferta turístico-gastronómica de Ulloa.

- A comida e a bebida são mecanismos de construção de memórias individuais e colectivas.

- A comida foi incluída nos rituais turísticos de quebra das rotinas (“comer fora”).

- A comida encontra-se relacionada com a construção cultural dos corpos e com as ideologias da danonização (ex.: o nosso aspecto exterior dir-nos-á quem somos).

- A ideia do que é “bom comer” é uma construção sociocultural que muda historicamente, mas também segundo os contextos socioculturais em causa ( ex.: O caldo galego para os peregrinos...).

- Alguns tipos de turismo são um elemento de aculturação da oferta gastronómica e de urbanização das pautas culturais dos denominados espaços rurais ou rurbanos.

- O próximo Ano Santo compostelano abre possibilidades de aumento da oferta turístico-gastronómica, mas que não chegará para ultrapassar a sazonalidade.

- As tradições gastronómicas locais experimentam um processo de globalização homogeneizadora, mas resistem na construção de algumas diferenças, necessárias para criar uma oferta gastronómica que não ofereça o mesmo que noutras terras e lugares. Neste sentido, a tensão e interacção entre globalização e espaço local reconstrói-se, utilizando imagens do passado com as procuras do presente.

- Podemos sublinhar que a organização e integração da oferta turístico-gastronómica, na comarca de Ulloa, reflecte importantes carências, que devem ser ultrapassadas para extinguir a sazonalidade e converter-se numa autêntica estratégia de desenvolvimento local. Neste sentido, propomos, às instituições responsáveis pela elaboração de planos de desenvolvimento local, que escutem os protagonistas. Também propomos estabelecer um diálogo, entre as partes, para que se consolide uma autêntica estratégia que já se encontra accionada e que, de alguma maneira, foi elaborada e

construída por promotores locais e recriada pelos visitantes-consumidores.

### Agradecimentos

A Xosé Manuel Pérez Paredes, Marcial Barral Vázquez e Rut Martínez López de Castro, pola súa cooperación no traballo de campo. A Rita Lopes polos seus comentários ao artigo.

### Bibliografía

Anderson, B.

1991 *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.

Appadurai, Arjun

1988 "Toward an anthropology of things". En Appadurai, A. (ed.), *The Social Life of Things*. Cambridge: Cambridge University Press.

Augé, Marc

2001 *Ficciones de fin de siglo*. Barcelona: Gedisa.

Bourdain, Anthony

2002 *Viajes de un chef*. Barcelona: RBA.

Bourdieu, Pierre

1979 *La Distinction. Critique sociale du jugement*. Paris: Les Éditions de Minuit.

Brandes, Stanley

2001 "Prólogo". In López, Julián: *Alimentación y Sociedad en Iberoamérica y España. Cinco etnografías de la comida y la cocina*. Cáceres: Universidad de Extremadura.

Castro, Xavier

1998 *A lume manso. Estudios sobre historia social da alimentación en Galicia*. Vigo: Galaxia.

Contreras, Jesús

1993 *Antropología de la Alimentación*. Madrid: Eudema.

Cunha, Licínio

2001 *Introdução ao turismo*. Lisboa: Verbo.

Cunqueiro, Álvaro e Filgueira Iglesias, Araceli

1996 *Cociña galega*. León: Everest.

Del Valle, Teresa

1997 *Andamios para una nueva ciudad. Lecturas desde la antropología*. Madrid: Cátedra.

Feeterman, David M.

1989 *Ethnography. Step by Step*. California: SAGE.

Ferro, Xosé R.

1997 "Antropoloxía da alimentación". En *Galicia. Antropoloxía, Tomo XXIII: Arquitectura. Economía*. A Coruña: Hércules.

Fischler, Claude

1979 "Gastro-nomia et gastro-anomia". *Communication*, 31: 188-210.

García, Mariano e Casalderrey, Fina

1997 *Repostería en Galicia. Sobremesas e outras lambetadas de onte e hoxe*. Vigo: Xerais.

García Canclini, Néstor

1995 *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.

González, Xosé Manuel e VAQUEIRO, Vítor

1997 *Guía das festas populares de Galicia*. Vigo: Galaxia.

Greenwood, D. J.

1992, or. 1989 "La cultura al peso: perspectiva antropológica del turismo en tanto proceso de mercantilización cultural". En Smith, V. L. (coord.), *Anfitriones e invitados*. Madrid: Endimión.

Harris, Marvin

1990, or. 1985 *Bueno para comer*. Madrid: Alianza.

Lamela Vieira, María del Carmen

1998 *La cultura de lo cotidiano. Estudio sociocultural de la ciudad de Lugo*. Madrid: Akal.

Lévi-Strauss, Claude

1986 *El Totemismo en la actualidad*. México: Fondo de Cultura Económica.

Lois González, Rubén e Martínez Barreiro, Manuel C.

1984 "A Ulloa". En *Gran Enciclopedia Gallega*, tomo XXIX. Gijón: Silverio Cañada, pp. 178-180.

Lois González, Rubén

1998 "Introducción". En Pereiro Pérez, Xerardo (coord.), *O Patrimonio bibliográfico da Ulloa. Guía de publicacións da comarca*. Palas de Rei: Orde das Donas e Cabaleiros do Priorato de Vilar das Donas.

López García, Julián

2001 *Alimentación y Sociedad en Iberoamérica y España. Cinco etnografías de la comida y la cocina*. Cáceres: Universidad de Extremadura.

Mintz, Sidney

1996 *Tasting Food, Tasting Freedom*. Bos-



- ton: Beacon Press.
- 1999 *La comida como un campo de combate ideolóxico*. Conferencia de clausura do VIII Congreso de Antropoloxía da FAAEE. Santiago de Compostela: Asociación Galega de Antropoloxía-FAAEE.
- Nogueira García, María do Carmo  
1998 *A imaxe de Galicia a través das guías turísticas*. Santiago de Compostela: Facultad de Geografía e Historia (tese de licenciatura inédita).
- Pereiro Pérez, Xerardo e Pérez Paredes, Xosé Manuel  
1997 *The Pilgrim's Roads to Santiago in the Ulloa Area. Rutas Xacobeas na Comarca da Ulloa*. Palas de Rei (Lugo): Asociación "Os Lobos".
- Pereiro, Xerardo  
2003 *Galegos de vila. Antropoloxía dun espacio urbano*. Santiago de Compostela: Sotelo Blanco.
- 2003 "Imagens turísticas alterotópicas: Portugal e Galiza". En Lois González, Rubén e Constela Vega, Xosé (coords.), *As relacións entre a Galiza e Portugal*. Santiago de Compostela. Editora Laiovento.
- Rivas, Manuel  
1991 *Os comedores de patacas*. Vigo: Xerais.
- Saavedra, Pegerto  
1994 *La vida cotidiana en la Galicia del Antiguo Régimen*. Barcelona: Crítica.
- Zarzalejos, María  
1993 *La cocina del Camino de Santiago*. Madrid: Alianza Editorial.
- 1999 *Parada y fonda para el peregrino: La gastronomía del Camino de Santiago*. Madrid: Alianza Editorial.
- 2003 *Gastronomía en el Camino de Santiago*. Madrid: Lunwerg Editores.

de receitas gastronómicas são apresentados por cozinheiros de conhecido prestígio e, raramente, por cozinheiras.

<sup>3</sup> O turismo rural na Galiza é un fenómeno em auge: actualmente temos perto de 500 empreendimentos e os turistas têm aumentado, desde os 92476 do ano 1999 até aos 129804 do ano 2002. A estada média foi em 2002 de 2,09. Não dispomos de dados por comarcas, mas por provinciais. A provincia de Lugo alojou 27681 turistas, nas casas de turismo rural e em 2002, 38489. Fonte: Instituto Galego de Estatística.

<sup>4</sup> A evolução da peregrinação tem dado um salto, desde 1987 (2905 peregrinos) até 2001 (61418 peregrinos). Como notas excepcionais, no ano santo de 1993, houve 99436 peregrinos e, no ano santo de 1999, registaram-se 154613. Falamos em peregrinos a pé, bicicleta ou cavalo que recebem a "Compostelana": o documento que acredita a peregrinação. A maior parte dos peregrinos são de nacionalidade espanhola, seguindo-se os franceses, os alemães, os italianos, os norte-americanos, os belgas, os ingleses, os holandeses e os portugueses. Ver: [www.archicompostela.org/](http://www.archicompostela.org/) A importância deste número de pessoas reflecte-se na vila de Palas de Rei: há restaurantes que só abrem, sazonalmente, entre os meses de Abril e Outubro.

Recibido: 09 de julio de 2004  
Aceptado: 01 de diciembre de 2004

## NOTAS

<sup>1</sup> Datas de abertura dos restaurantes: 5 novos estabelecimentos em 2002; 3 em 2000; 4 em 1999; 2 em 1998; 1 em 1997; 1 em 1995; e 2 em 1994. Outras datas de locais abertos nos seguintes anos: 1 em 1982; 1 em 1981; 1 em 1975; 1 em 1974; 2 na década de 1960; e outros 2 há mais de 50 anos.

<sup>2</sup> A imagem social dominante que se projecta do que é ser um bom cozinheiro representa-nos sempre um homem. Os programas que se oferecem, nas televisões do Estado espanhol, sobre a elaboração

---

## "Probaditas Turísticas" de Turismo y Mas Inc.

---

**"Tourism Tidbits" goal is to provide travel professionals with a monthly easy-to-read overview of creative ideas. With proper referencing, you are invited to quote or reproduce "Tourism Tidbits" and to pass it along to a friend.**

La meta de "Probaditas Turísticas" es proporcionar mensualmente a los profesionales del turismo una visión global de ideas creativas y de fácil lectura. Le invitamos a citarla o reproducirla, con las correspondientes referencias de "Probaditas Turísticas" y dárselas a algún amigo.

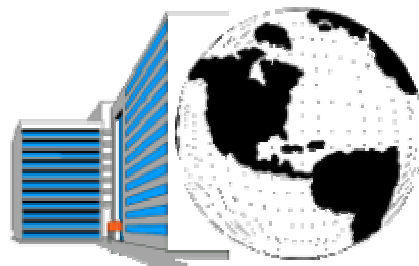
¿Le gustaría leer una edición anterior de Probaditas Turísticas? La Universidad de Nevada, en Las Vegas, las tiene a su disposición en su sitio web.

**<http://www.unlv.edu/Tourism/tidbits.html>**

"Probaditas Turísticas" se publica mensualmente en Inglés y Español y se traduce al Croata.

---

<http://www.TourismandMore.com/>



## La cooperación interempresarial: nuevas estrategias empresariales para pequeñas empresas en el proceso de desarrollo local

**Teodomiro Fernandes da Silva** †

Universidade Católica Dom Bosco (Brasil)

---

**Resumen:** Este artículo aborda sobre el asunto relacionado con las nuevas estrategias empresariales para pequeñas empresas enfocando la cooperación interempresarial y sus diferentes formas y arreglos de desarrollo. En la tentativa de conceptualizar el significado de cooperación interempresarial fueron mencionados algunos autores que tratan sobre el asunto, así como presentados los principales motivos que llevan las pequeñas empresas a cooperar entre sí. Las modalidades, denominaciones y las distintas tipologías y formas de agrupamiento empresarial son también presentadas como forma de visualizar sus características y configuraciones en la estructuración funcional y estratégica. Finalmente es presentado un estudio de caso sobre un grupo de empresarios del segmento turístico que buscan en la cooperación interempresarial la salida para enfrentar los desafíos impuestos por la globalización económica donde la competencia cada vez es más fuerte.

**Palabras clave:** Cooperación interempresarial; Estrategias; Pequeñas empresas; Desarrollo local

---

**Abstract:** This article deals with a subject related to the new business strategies for small companies, exalting the cooperation among them and their different ways and arrangement of development. Trying to get the concept of Companies Cooperation we mentioned some authors who treat this subject and also present their main reasons that make the small companies cooperate among themselves. The manners, denominations and the distinct typologies and ways of company grouping are also present as a way of seeing its characteristic and configurations in the functional and strategic organization. Finally it is showed a case about a group of enterprising men of touristy segment who search in Companies Cooperation the way out to dare the challenges imposed by the global economic in which the competition is becoming stronger day by day.

**Keywords:** Companies cooperation; Strategies; Small companies; Local development

---

---

† • Teodomiro Fernandes da Silva es doctor en el Programa de Desarrollo Local – UCDB/UCM de Madrid. Se desempeña como profesor de Administración en la Universidad Católica Dom Bosco (UCDB). E-mail: teodomiro@ucdb.br

## Introducción

La introducción de análisis de estrategias empresariales en Brasil es un hecho reciente, presentadas bajo los principios de la cooperación interempresarial como una forma alternativa de promover el desarrollo, ya que los modelos hasta entonces aplicados parecen superados en razón a los dramáticos cambios ocurridos en el mundo con apertura de mercados y en función de la globalización. De acuerdo con la nueva manera de pensar, es sabido que el suceso de una empresa depende de las personas – trabajadores, clientes, proveedores y aparceros; por eso ellas deben concentrarse en la innovación continua necesaria a la supervivencia y a la lucha en una economía global extremadamente competitiva. La globalización de la economía está forjando una conciencia cada vez mayor en la importancia de esos nuevos relacionamientos de colaboración. La inversión en recursos humanos no es más una opción de las empresas, es una imposición.

La creación de una red de relación y principalmente de cooperación interempresarial entre pequeñas empresas es necesaria para el suceso en la nueva economía global. Las pequeñas empresas son más prósperas si se invierte en capital humano de alta cualidad, gran confianza colaboradora, actitudes y acciones que incluyan la competitividad, la innovación y el aprendizaje. La cooperación entre empresas se destaca con la creación de un sistema altamente competitivo, hoy ya es posible hablar en hipercompetición, pues, las pequeñas empresas a veces no tienen acceso a ideas, herramientas y redes que posibiliten su crecimiento.

Este artículo intenta presentar un estudio sobre el papel de la pequeña empresa que, a través de la cooperación de varios segmentos económicos y sociales pueden estimular el desarrollo local haciendo con que la misma conquiste ventajas competitivas. Serán presentadas aun los motivos principales que hacen con que las empresas cooperen entre sí, los diversos tipos de modalidades de cooperación así como el ambiente en que ocurre tal estrategia empresarial.

Como resultado de una encuesta, es pre-

sentada una experiencia pionera de cooperación interempresarial en el segmento turístico en el ámbito de Mato Grosso do Sul, Brasil.

## Abordaje conceptual de la cooperación interempresarial

La cooperación entre las empresas es una nueva forma de concebir nuevas estrategias empresariales, principalmente entre las pequeñas empresas y para esto hay una necesidad que las empresas, las instituciones gubernamentales, instituciones de apoyo aprendan el nuevo juego de competitividad. La cooperación sugiere que una buena parte de la ventaja competitiva está fuera del ambiente interno de las empresas. Esto significa cambios en las formas de gerenciar, las exigencias son mayores, teniendo en cuenta que, nuevos paradigmas son creados. La cooperación crea nuevos papeles para el gobierno, para las instituciones de apoyo y por eso sus influencias son decisivas y necesarias, principalmente en nivel microeconómico.

La cooperación entre pequeñas empresas está convirtiendo en fuerza motriz para las exportaciones, para la creación de las llamadas redes económicas en los segmentos de supermercados, tiendas de materiales de construcción civil, farmacias, turismo e innumerables otros segmentos.

La ayuda, también representa un foro importante, en la que pueden y deben ocurrir nuevos tipos de diálogo entre las pequeñas empresas, instituciones públicas e instituciones de apoyo, tales como: entidades pertenecientes a los llamados sistemas “S” (Servicio Social del comercio – Sesc, Servicio Brasileño de apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas – SEBRAE, Servicio Nacional de la Industria – SENAI) Universidades, Asociaciones de clases, sindicatos entre otros.

El objetivo de la empresa, según, Porter (1997), es alcanzar, la lucratividad máxima. La receta para alcanzar esa meta, prescriben los ejecutivos, combina ingredientes como: maximización de los recursos, eliminación de ineficiencia, mejoría de la productividad e implantación de modernas formas de administración, entre las cuales: calidad total y benchmarking. Hace

varios años, la fórmula está siendo aplicada con buenos resultados en todo el mundo, incluso en Brasil.

Para Porter existen solamente dos maneras de obtenerse ventaja competitiva: costes bajos y diferenciación. Esos dos conceptos forman la base de toda estrategia en relación a la concurrencia y junto con el terreno que se aplican – mercado de masa o segmentos de mercado.

Por lo tanto, las pequeñas empresas han sido consideradas, por un lado como la principal esperanza de crear empleo y especialmente las redes y grupo de pequeñas empresas han adquirido una nueva importancia como fuentes potenciales de ventaja competitiva. Por consiguiente, ha habido una tendencia para la convergencia entre el renovado interés por las pequeñas empresas y el renovado interés por el enfoque descentralizado del desarrollo, notadamente el desarrollo local.

Según Pyke (1992), una parte de las razones estaba relacionada con los efectos derivados de introducir nuevas tecnologías para economizar mano de obra en las grandes empresas. Aunque, talvez haya sido más significativo la búsqueda de nuevas formas flexibles de organizar el trabajo. Esta flexibilidad se extendió fuera de las organizaciones. Para afectar la forma en todos los sectores organizacionales. En esta reorganización interempresarial las pequeñas empresas adquirirán una nueva importancia en el proceso de desarrollo local.

Conforme estudios desarrollados acerca de las empresas locales regionalmente situadas, se verificó que las condiciones para aumentar o perder la competitividad empresarial dependen del nivel de relacionamiento con otros agentes sociales. En contraste al aislamiento de la empresa individual, la existencia de un sistema de cooperación interempresarial es un factor que auxilia a superar limitaciones, a crecer y a aumentar la competitividad y así generar nuevas fuentes de renta y empleo.

Los importantes cambios registrados en condiciones competitivas globales, las preferencias del mercado y las posibilidades tecnológicas crearan nuevas exigencias para los empresarios, que tienen como resultado la necesidad de una reorganización de las estructuras de sus empresas. En primer lugar presenta la búsqueda de la capacidad

de adaptarse rápidamente.

Las empresas se preparan con la necesidad de competir lanzando nuevos productos, servicios y innovaciones y sienten la necesidad de disminuir el tiempo requerido para el desarrollo de sus actividades productivas.

Para Emilia Romagna (Fórmula, 1999) tal vez sea la región italiana más emprendedora del mundo, son más de 300 mil empresas e instituciones del aparato productivo para cuatro millones de habitantes. En algunos locales, como Cesena, se llega a la conclusión que hoy una correlación de una empresa para seis habitantes. ¿Cuáles habrán sido los mecanismos de apoyo a aquella región, o sea, cuáles son los factores que hacen con que se vuelva competitivo el ambiente de una región?

Para Piero Fórmica (1999), en su palestra intitulada “Un punto de vista del contexto italiano de las pequeñas y medianas Empresas”, proferidas en Brasilia, en el día 27/05/1999, en el seminario sobre Innovación y Emprendedorismo, relacionando con la región de Bologna, conocida con el nombre de Valle de los Embalajes boloñes, afirmó “... es un caso impresionante de colaboración entre pequeñas y medianas empresas operando hasta en un nicho de mercado mundial. Las principales características que llevaron al enorme suceso del Valle del Embalaje incluyen (I) ligaciones verticales próximas entre empresas independientes, que perfeccionaron la coordinación, mejoraron la colaboración entre empresas, (II) la donación de la tecnología del estado del arte, (III) métodos y sistemas flexibles de producción, y (IV) la proximidad con los clientes.

Las nuevas tendencias incluyen ligaciones horizontales entre las compañías y la determinación de trabajar con aparceros en el campo de la pesquisa de punta y del desarrollo, en un quadro de cooperación y competición (“cooperación competitiva” o “co-opetición”), asegura el palestrante. Esa región italiana es citada como ejemplo de como las pequeñas empresas son actores importantes en el proceso de desarrollo local.

Cuando empresas organizadas, bajo la forma de cooperación, consiguen obtener ganancias, en un nivel individual no sería posible alcanzar, ese tipo de ganancia se

refiere al concepto de Eficiencia Colectiva (E.C)

No se puede hablar en cooperación interempresarial sin referirse al concepto de Eficiencia Colectiva. En relación a esto, la noción central defendida por Schimitz (1996), es la de que competir en mercados globalizado exige cooperación, lo que puede ocurrir a través de la estrategia de Eficiencia Colectiva. Esa afirmación es ratificada por Casaroto Filho e Pires (1998) cuando afirman que la cooperación entre pequeñas empresas es algo tan irreversible como la globalización, o mejor, tal vez sea la manera como las pequeñas empresas puedan asegurar su supervivencia y la sociedad garantizar su desarrollo equilibrado

Para comprender el concepto de Eficiencia Colectiva, considerada como ventaja competitiva, es necesario desagregarlo en dos componentes: economías de aglomeraciones y acciones conjuntas, Schimitz, (op. cit)

Las economías de aglomeraciones se caracterizan por la forma pasiva de Eficiencia Colectiva. En este caso, en razón de la concentración de productores, los proveedores invierten, siendo que uno se beneficia de la inversión del otro. Inversamente a las economías de aglomeración, la acción conjunta es una forma activa.

Por su vez, el concepto de cooperación entre empresas es de gran amplitud, obtiene diversas formas y grados de formalidad y se vuelve, más o menos, evidente que el mundo organizacional está empregnado o marcado por el fenómeno de la cooperación.

Pyke (1992), apud Amato Neto (2002), presenta la descripción de sistema de cooperación entre empresas “como siendo compuesto generalmente de pequeñas empresas independientes, organizado en un local o razón como base, perteneciendo al mismo sector industrial (incluyendo todas las actividades correntadas abajo y correntadas arriba), empresas individuales especializándose en una fase en particular del proceso productivo, organizadas juntas, y se hacen valer de las instituciones locales, a través de relacionamiento de competición y cooperación”. El abordaje enfatiza algunos aspectos, como: organización, conjunto de empresas en un espacio, especialización de instituciones de apoyo y la dicotomía cooperación y competición, sin embargo, el autor

destaca el sector industrial sin referirse a los demás.

Para emitir el entendimiento conceptual de la dinámica de cooperación interempresarial, en el contexto local y territorial, el Instituto de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa e Inversión – IAPMEI (2000), de Portugal, hace referencia al que llama de “Red de Competencias”, caracterizado como red de soporte y presenta las siguientes dimensiones: actividad, dinamización de la cooperación interempresarial y promoción de la creación, consolidación y desarrollo, de redes de cooperación; intervinientes: agentes de soporte a la promoción y dinamización de la cooperación interempresarial, siendo ellos: promotores, facilitadores, agentes multiplicadores y consultores o consejeros asociados a las capacidades de los diversos agentes dinamizadores, así como las perspectivas metodológicas e instrumentos de actuación envolvente: contexto sectorial, local o regional en que opera cada “red de competencias” así como el contexto global de actuación de la red multipolar.

El abordaje mencionado proporciona una visión sistémica del proceso de cooperación entre empresas, y sobre este asunto es pertinente hacer referencia como forma de organización, mucho más generalizada y difusa, presente en los municipios o en sistemas productivos locales, donde toda la forma de acción de las empresas se encuentra demarcada en la lógica de la cooperación y concurrencia. Además de la articulación se extiende a otros entes territoriales como organizaciones financieras o de pesquisa. La proximidad acrecenta especiales condiciones para viabilizar y aprovechar más eficientemente la cooperación.

La cooperación, para IAPMEI (op. cit), es por lo tanto, la actividad o actividades desarrolladas por un conjunto de intervinientes donde determinados recursos son compartidos, teniendo en cuenta la optimización de los resultados y con retorno para todos los intervinientes en el contexto de una determinada envolvente (sector, región o localidad). En otras palabras una red de cooperación es un instrumento de optimización entre los intervinientes y de estos con el mercado a través del que se pretende maximizar el retorno derivado de la actividad desarrollada en cooperación.

Vazquez – Barquero (1995), abordando

sobre el asunto relacionado con la cooperación interempresarial afirma que la respuesta local a los desafíos globales es dada por un conjunto de acciones de carácter muy distinto y haciendo una analogía con los términos usados por la tecnología de información se refiere a *hardware*, para referirse a los factores inmateriales del desarrollo y *orgware*, el autor hace referencia a la necesidad de mejorar las acciones destinadas a la organización del desarrollo. Se trata de perfeccionarse la capacidad de organización existente en la ciudad o en la región para responder eficazmente a los problemas y desafíos que son necesarios vencer. Las relaciones interempresariales organizadas, son una representación de esa situación y pasa a ser una cuestión decisiva para la competitividad, dado que las políticas de desarrollo local, sobre todo en áreas más desarrolladas, inciden particularmente en la organización.

El autor continúa afirmando que el desarrollo de una localidad o de un territorio es organizado con base en las decisiones tomadas por los agentes públicos y privados. Muchas veces, la existencia de líderes locales catalisa el surgimiento de la política local, sin embargo es necesario el apoyo explícito o tácito de los demás agentes locales.

El aumento de la concurrencia y la inseguridad de los mercados, llevó a las instituciones y a las organizaciones a cooperar y a unir esfuerzos para reducir los riesgos y las amenazas y aprovechar las oportunidades, volviéndose de esa forma más competitivas.

El asociativismo permite realizar negociaciones entre agentes públicos y privados con base en acuerdos formales, a ejemplo de los llamados “términos de cooperación”. Por los estudios realizados, principalmente relacionados a países más desarrollados, gran parte de los organismos de desarrollo local utiliza este proceso...una proliferación de redes de empresas y de organizaciones establecidas, en confianza entre las partes y orientados para objetivos muy concretos. Esas redes complementan las organizaciones convencionales y neutralizan los efectos perversos de la burocracia. Permiten establecer relaciones informales entre las organizaciones, lo que facilita la tomada de decisiones y su ejecución, afirma Vazquez Barquero, (1995).

Las relaciones de aparcerías – que manifiestan por medio de la tendencia para formar asociaciones, con finalidad de establecer conexiones, para cooperar – también pueden ser mejor celebradas en comunidades donde cada aparcerero conoce las posibilidades y las necesidades de los otros aparcereros. En las localidades donde ocurren procesos de desarrollo basados en aparcerías entre múltiples actores gubernamentales, empresariales y sociales, se puede decir, metafóricamente, es claro, que los aparcereros coevolucionan estableciendo entre sí relaciones en que todos ganan, pues se vuelven más competitivas en el mercado.

Pequeños actores económicos, asociados en red, aquí refiriéndose a las pequeñas empresas, principalmente, pueden, por ejemplo tener una inserción competitiva en el mercado internacional – lo que jamás conseguirían sin ejercitar la cooperación.

### **Motivos genéricos para la cooperación interempresarial**

¿Qué motivos llevarían a grupos de pequeñas empresas a cooperarse entre sí? Por detrás de las razones para la formación de acuerdos de cooperación – se encuentran tanto argumento económico como sociopolíticos, de historia común entre agentes, de aumento en el poder de negociación, de relaciones sociales que determinan el funcionamiento económico, afirma Silva (1993).

Según el mismo autor, algunos factores se han revelado decisivos para el suceso de esas estrategias. En primer lugar se destaca la capacidad de las empresas líderes de forjar relaciones de largo plazo con confianza y comunicación intensiva. Los contratos de desarrollo son un instrumento importante para fundamentar jurídicamente ese tipo de aparcería.

En segundo lugar, también deben ser llevados en consideración las nuevas técnicas de gestión y organización de la producción (como *just in time*, *kambam*, jerarquización y cambio electrónico de informaciones, entre otras) que aumentan el grado de confianza entre las empresas y sus proveedores en lo que se refiere a calidad, costes y plazos de entrega.

Un tercer factor que debe ser llevado en consideración es la propia infraestructura

tecnológica de un país, la presencia de instituciones relacionadas a las tecnologías industriales básicas (como metereológico, normalización y certificación de calidad) Ellas son vitales para haber confianza en esos nuevos padrones de compra y venta entre empresas.

Además de los factores mencionados otras ventajas económicas buscadas por las empresas son mencionadas, tales como: reducir costes, compartir o reducir riesgos, disponer de informaciones, aprendizaje tecnológicos y mayor rapidez en la difusión de tecnologías, economías de escala (posibilidad de aumento en la especialización) aumentar el poder económico y ganar parte del mercado. (Hermosilla y Sola, 1989, apud Silva (op. cit.).

La cooperación interempresarial parece diseñarse especialmente para reducir incertidumbres, aumentando flexibilidad y adaptación a los cambios (de velocidad y sentido imprevisible) y que parece no contradecirse con las operaciones de las reglas de mercado en un juego de cooperación – concurrencia. Puede entenderse que los principales participantes, y en algunos casos beneficiarios, de acuerdos de cooperación sean las pequeñas y medianas empresas.

Los motivos que llevan las empresas a cooperar entre sí, están también muy relacionadas con el *design* de como las mismas son organizadas; muchos estudios ya están siendo realizados con relación a los arreglos productivos o formas de agrupamientos, lo que será visto más adelante.

Los arreglos se producen tanto entre empresas, cuya actividad es complementar (relación vertical), o sea, la interacción entre empresas de las diversas etapas de la cadena de valor y/o etapas de producción, como entre aquellos de carácter competitivo (relación horizontal), en otras palabras, empresas que están en la misma etapa de la cadena de valor y/o etapas de producción, con el objetivo principal de aumentar las ventas y disminuir los costes.

Según silva, (op.cit.) hay una diversidad de forma que responde a los ámbitos en que se desarrolla la cooperación, distinción que marca el objetivo o el motivo principal, tales como: financiera, cuando se trata de juntar recursos con fines diversos, incluye arreglos como: empresa conjunta “joint-venture”,

“leveraged buy-out” (recursos que se utiliza de compras de acciones de forma influenciada por otra empresa), sociedad de intermediación financiera (por ejemplo: sociedad de garantía recíproca); productiva o tecnológica: cuando el intento es suprir capacidades o especialidades productivas, aprender *know-how*, aumentar la especialización o racionalizar tiempo y espacio, considera cooperación expresa de diversas formas: autorización de patentes y marcas, contratos de asistencia técnica, subcontratación, “spin-off” (una parte de la empresa forma outra) o enjambre (empresa asociada); comercial – distribución (representaciones): para explotar la entrada en un mercado, ganar economías de escala en la distribución, aprovechar marcas, etc.; se incluyen aquí modalidades como: franquías, “*piggy-back*”, consorcio de empresas para comercialización, grupo e exportadores, clubes de empresas, antena colectiva. (Hermosilla y Sola op.cit. apud Silva, op.cit.).

Las pequeñas empresas tienen la tendencia a integrarse en grupos, cadenas o cooperativas en los que se desarrollan en 50% dentro del contexto del grupo y el otro 50% en un contexto de mercado; en el primero buscan seguridad, información, financiamiento y en el segundo, buscan conocer las nuevas tecnologías y un mayor grado de especialización de acuerdo com los intereses de mercado.

También, es importante mencionar la presencia de cooperación según las funciones en las empresas: pesquisa y desarrollo, producción, marketing, asistencia técnica/servicios y distribución para los que se encuentran diferencias en modalidades y grado de formalidad. Es interesante citar Méndez (2001) estudioso del proceso de innovación en el ambiente empresarial y la formación de redes de cooperación como mecanismos para el proceso de desarrollo local.

Se puede aún, considerar la cooperación más generalizada e institucionalizada, “redes cooperativas”, en que el conjunto de empresas, de un sector o asunto relacionado, se organiza para enfrentar actividades de interés común. Esto ocurre en muchos casos intermediados por cámaras empresariales y envuelve desde la prestación de servicios especializados (capacitación, in-



formación...) organización de ferias y desarrollos de infraestructura, hasta la creación de institución de apoyo a la actividad empresarial, (Silva, op.cit.).

Mediante articulaciones entre pequeñas y medianas empresas, las mismas pueden tener acceso a: informática, mayor especialización y economía de escala, mercados complejos y asumir el desarrollo tecnológico que de otro modo no podrían implementar. Excepto a ciertas condiciones, un conjunto de pequeñas y medianas empresas puede obtener las mismas ventajas de una gran empresa y ganar en flexibilidad y eficiencia, Silva, (op.cit.).

En su relación con grandes empresas, contrapartida de la desintegración vertical, además de las dificultades, que siempre pueden subsistir, puede encontrar importantes elementos nutritivos como: la asistencia técnica, la información de planes de largo plazo financiación y garantías que dan seguridad, capacitación en gestión, etc. (Yioguel y Kantis), apud Silva (op. cit.). Entretanto, esto há sido parcialmente acogido dentro de los instrumentos generales y más tradicionales de política para la pequeña y mediana empresa, implementados en varios países, ya que los mismos se han orientado básicamente al desarrollo de información: donde se presenta la conformación de bases de datos, sistemas de información tecnológicas y de mercados, etc.; financiación: muchas veces vinculada a la asistencia técnica operacionalizada a través de instrumentos como tarjeta de crédito, subsidios o crédito directo, subsidios para asistencia técnica para formulación de proyectos; mercado: tanto de compra como de venta (nacional y de exportación), donde se ha promovido y apoyado: ferias, centros de compra y venta (ejemplo central de compras), mecanismos de subcontratación, encuentros entre grandes y pequeñas empresas; tecnología: capacitación y apoyo en la gestión y modernización; desreglamentación: con fines de desburocratización y agilidad de trámites y requisitos para la creación y financiación de empresas y por otro lado, la necesidad de legalizar muchas de las actividades que caen dentro de este estrato de empresas, Castillo y Cortelesse, (1998), Uribe, (1992) apud Silva, op.cit.

Aún sobre los motivos que llevan las empresas a cooperar entre sí, para Amato-

Neto (2000), la cooperación interempresarial puede viabilizar el atendimento de una serie de necesidades de las empresas, necesidades que serían de difícil satisfacción en los casos en que las empresas actúan aisladamente. Entre esas necesidades el autor destaca: combinar competencias y utilizar *know-how* de otras empresas; dividir la obligación de realizar pesquisas tecnológicas, compartiendo el desarrollo y los conocimientos adquiridos; dividir los riesgos y costes de explotar nuevas oportunidades, realizando experiencias en conjunto; ofrecer una línea de productos de calidad superior y más diversificada, ejercer una presión mayor en el mercado, aumentando la fuerza competitiva en beneficio del cliente, compartir recursos, con especial destaque a los que están siendo subutilizados; fortalecer el poder de compra y obtener más fuerza, para actuar en los mercados internacionales

La formación de las redes de cooperación representa una nueva posibilidad de organización empresarial superior a las fundamentadas sobre el mercado puro y sobre las jerarquías verticalizadas de las empresas.

#### **Modalidades y denominaciones utilizadas en los sistemas de cooperación entre empresas**

Son presentados a seguir consideraciones sobre las diversas denominaciones y formas de participación relacional de las pequeñas empresas en el mercado. Hay una gran variedad de literatura que aborda sobre nuevas estrategias empresariales de actuación cooperada en el mercado fuertemente influenciado por la globalización de la economía.

Este fenómeno se relaciona estrechamente con el carácter de las innovaciones tecnológicas y de proceso en el ámbito de las organizaciones, que viene a cada día, acelerando con los avances de las tecnologías de información, industria electrónica entre otras.

Hay diversos estudios sobre las nuevas estrategias empresariales de esa especie de participación en el mercado, ya que el asunto es relativamente reciente, se observó en la literatura en general, aspectos aún poco esclarecedor a respecto de la cooperación entre pequeñas empresas. Se resalta,

aunque, de un modo general, la literatura sobre este asunto aborda más las cuestiones relacionadas con el sistema productivo, direccionado a la industria, al comercio y la prestación de servicios.

Una de las principales tendencias que vienen intensificándose en la economía moderna, bajo el marco de la globalización y del proceso de reestructuración en los negocios, es la que se refiere a las formas de relaciones inter e intraempresas, particularmente aquellas envolviendo pequeñas y medianas organizaciones. La formación y el desarrollo de redes de empresas viene ganando relevancia, no sólo para las economías de varios países industrializados, como: Italia, Japón y Alemania, como también para los llamados países emergentes, o de economía en desarrollo – Méjico, Chile, Argentina y el propio Brasil, afirma Amato Neto (2000).

Partiendo del significado más amplio y teniendo en consideración las teorías apuntadas sobre el asunto, están aquí indicadas diversas denominaciones y formas de participación colectiva de la pequeña empresa. La noción central defendida por los diversos autores es la de que; competir en mercados globalizados exige cooperación. La cooperación surge como forma de atenuar las imperfecciones asociadas a las relaciones de mercado, por naturaleza basada en actitudes antagónicas, actuación aislada por parte de las empresas y otras instituciones, o sea, no cooperativas.

Entre los temas encontrados sobre el asunto y que, de una u otra forma se correlacionan, los principales términos relacionados fueron: Teoría de la Eficiencia Colectiva del Asociativismo, Alianzas Estratégicas, *Join Venture*, Cluster, cooperación, interempresarial, Aglomerados, Redes de Empresas, Consorcios, entre otros.

Haciendo referencias a una diversidad sobre el asunto que envuelve el interrelacionamiento de pequeñas empresas. Malecki (1991) apud Silva, (1993), dice que puede empezar, hablando de las “empresas conjuntas” (*Joint Venture*) y de alianzas estratégicas, pero la redefinición de fronteras va más lejos. Se construyen conceptos como los de “macroempresas” para hacer referencia a una confederación de pequeñas empresas con una administración estratégica dado por la integración social; o la expresión de

la nueva organización industrial, empresa red, relacionada con el proceso de reorganización de las grandes empresas y la “re-emergencia” de las pequeñas empresas (Castillo, 1990, apud Silva, 1993). En términos semejantes, Malecki hace referencia a un “modelo de redes” y mencionando a Amin, habla de “un sistema industrial (casi cooperación) compuesto de unidades productivas interrelacionadas, pero de propiedad independiente”.

Mas adelante, entretanto, se hace referencia a la “empresa – relación” como un conjunto de empresas que participan de alianzas estratégicas entre grandes empresas, que cubren industrias y países diferentes, pero que se mantienen unidas por metas comunes que las llevan a actuar casi como una empresa individual, El Mercurio, (1993) apud Silva (op.cit).

Porter (1999) hace referencia a los *clusters* afirmando que una de las características más interesante de los *clusters* es el hecho de que promueven competición y cooperación al mismo tiempo. Los rivales compiten por los clientes y, simultáneamente, generan cooperación en varias otras dimensiones, que esfuerzos aislados no viabilizarían, formando en conjunto una cadena productiva. Representan una nueva forma de distribución espacial de las empresas y de la organización de su cadena productiva, que prevé la descentralización de las etapas de la producción, para adicionar cualidad al producto y articulación entre empresas del mismo grado de producción, para lucros de escalas.

Uniendo una serie de empresas, instituciones y entidades importantes para la competición, los *clusters* forman una red sistémica que establece ventaja competitiva sostenible. Ellos pueden incluir fornecedores especializados en componentes, máquinas y servicios o infraestructura específica. Además, pueden estenderse por los canales de distribución, clientes e industrias de productos complementares, que poseen, semejantes habilidades, tecnologías e insumos necesarios. Muchos de ellos también incluyen instituciones de capacitación y conocimiento dedicadas o especializadas: universidades, centro de investigación y agencias de fomento.

Avanzando más, entre tanto se denomina de “empresa virtual” las organizaciones

de “geometría variable” a una red temporal de empresas independientes, ligadas por tecnologías de información y conformadas frente a metas comunes, que las permite compartir habilidades, costes y acceso a los mercados de cada una de ellas, Revista 9 Internacional apud Silva, (1993).

También se han hablado de “gestión de redes” cuando se comparten servicios comunes. Finalmente se define la empresa como “red conversacional” para dar cuenta del cotidiano, interno y externo, en la articulación entre diversas fases y unidades productivas Echeverría (1993), apud Silva (op.cit)

En esas redes interempresariales de producción y servicios, las pequeñas empresas han adquirido nueva importancia. Las nuevas tecnologías y las prácticas de trabajo, significan que las pequeñas empresas y especialmente sus redes pueden invertir, pues, lo que antes se consideraba eran las ventajas de escala que creían correspondiesen a las grandes empresas para maximizar las posibilidades de producción de series.

Fueron vistos además, diversas formas de relaciones interempresariales, muchas con terminologías diferentes, mas con significados semejantes, a veces confundiendo entre ellas, pues la literatura sobre el asunto es reciente. Lo importante de todo esto es que las pequeñas empresas, y lo que es más significativo aun, las redes de cooperación entre pequeñas empresas están siendo considerada, ahora como fuentes potenciales de ventajas competitivas en la economía globalizada.

### **Tipologías y mecanismos para la formación de redes de cooperación interempresariales**

Las relaciones interempresariales, ante las necesidades, de las actuales tendencias de existir organizaciones ágiles, enjutas y flexibles comienzan, a surgir en el mercado bajo representación de diversas formas. A seguir serán presentados diversos tipos de redes o de mecanismos de cooperación entre empresas de pequeño y mediano porte. Vale resaltar que algunas se confunden y se asemejan entre ellas, no obstante, se buscó resguardar las peculiaridades propias que los autores quisieron presentar.

En lo que se refiere a los mecanismos de

cooperación, se resalta la posibilidad de tenerse tanto la cooperación entre las empresas como la cooperación entre las entidades de apoyo institucional y pública y estas con las empresas. Este artículo enfatiza la cooperación interempresarial. En todo el mundo la cooperación interempresarial es bastante difícil, sin embargo nuevas técnicas de como desarrollarla recientemente ha emergido.

Reconociendo que existe una gran variedad de pequeñas y medianas empresas, sea por la variabilidad con que la define, sea por la complejidad organizacional o por el sector a que pertenece, se dice que sus dificultades no se relacionan solamente con su tamaño y sí con su aislamiento. Por lo tanto, es necesario estudiar su inserción en cadenas, su estrategia empresarial, el carácter y la cualidad de las relaciones que se establecen entre empresas, sea entre ellas sea con grandes empresas.

La creciente cooperación entre concurrentes proveedores y clientes resulta difícil determinar dónde finaliza una compañía y dónde comienza la otra, dice Silva (1993), pues hay una gran variedad de mecanismos que hacen con que las empresas se aproximen

Haciendo referencia a algunos términos ya abordados anteriormente, como por ejemplo: Grupo de Acción Conjunta, Schmitz (1996), aborda sobre la idea de redes de empresas focalizando dos clases diferentes de desarrollo en redes, las Redes Fuertes y las Redes Suaves.

Redes Fuertes son asociaciones, normalmente de entre cuatro a seis empresas de una localidad, mediante la cual combinan sus talentos y recursos para alcanzar resultados que no hayan sido posibles individualmente. Los miembros de la red comparten un claro enfoque para las utilidades, particularmente manteniendo através de un contrato formal para un nuevo propósito empresarial específico. Las redes fuertes están claramente enfocadas en la generación rentable de negocios adicionales.

Las redes suaves son organizaciones no lucrativas que abordan temas generales que enfrenta la industria, el comercio y servicios, son organizaciones que abarca, generalmente una gran área geográfica y muchas empresas, a ejemplo de las asociaciones empresariales, en el segmento de

turismo podemos ejemplificar mencionando la Asociación Brasileña de las Agencias de viajes – ABAV, la Asociación Brasileña de la Industria de Hoteles - ABIH. Por su vez, las redes fuertes en vías de desarrollo, contrastan notablemente de las suaves en lo que incluyen normalmente de cuatro a seis empresas, agrupados geográficamente muy cerca una de las otras. Aquí el autor hace referencia a las alianzas estratégicas, ya mencionadas anteriormente.

Los compromisos de las empresas en las redes suaves tienden a ser menos – la mayoría se reúne de cuatro a seis veces al año. En contrapartida, durante las etapas iniciales del establecimiento de una red fuerte, las reuniones entre sus representantes pueden llegar de tres a cuatro veces al mes. Una red fuerte se asemeja mucho a un centro de utilidades, con un nivel mucho más alto de confianza, compromiso y complejidad – que una red suave.

Existe una serie de semejanzas en la naturaleza de las redes suaves y fuertes, así como en el proceso que facilita su desarrollo. Ambas requieren un compromiso de parte de los dirigentes así como ambas se benefician significativamente de la disponi-

bilidad de un espacio neutral, suministrado por un corredor/proveedor independiente.

La figura 1 representa las características de cada red anteriormente comentadas.

Aún en la tentativa de presentar los más diversos tipos de organizaciones en red de cooperación, citamos Kanter (1990) apud. Amato Neto (op. cit), que presenta, en los ítemes siguientes, otros tipos de redes.

*Alianzas multiorganizacionales* de servicios o consorcios: se caracterizan por organizaciones que presentan necesidades comunes, mormente perteneciente a un mismo sector de la economía y se unen para crear una nueva empresa que venga a suplir las necesidades de todas ellas.

*Alianzas oportunistas o joint ventures*: en ese tipo de relación interempresarial las empresas ven una oportunidad para obtener algún tipo de ventaja competitiva inmediata, haciendo con que las mismas puedan desarrollar y lanzar en el mercado un nuevo tipo de negocio o dinamizar algún ya existente. El autor cita los ejemplos relacionados con las actividades de pesquisa y desarrollo, además de hacer mención a las empresas relacionadas a las industrias de automóvil

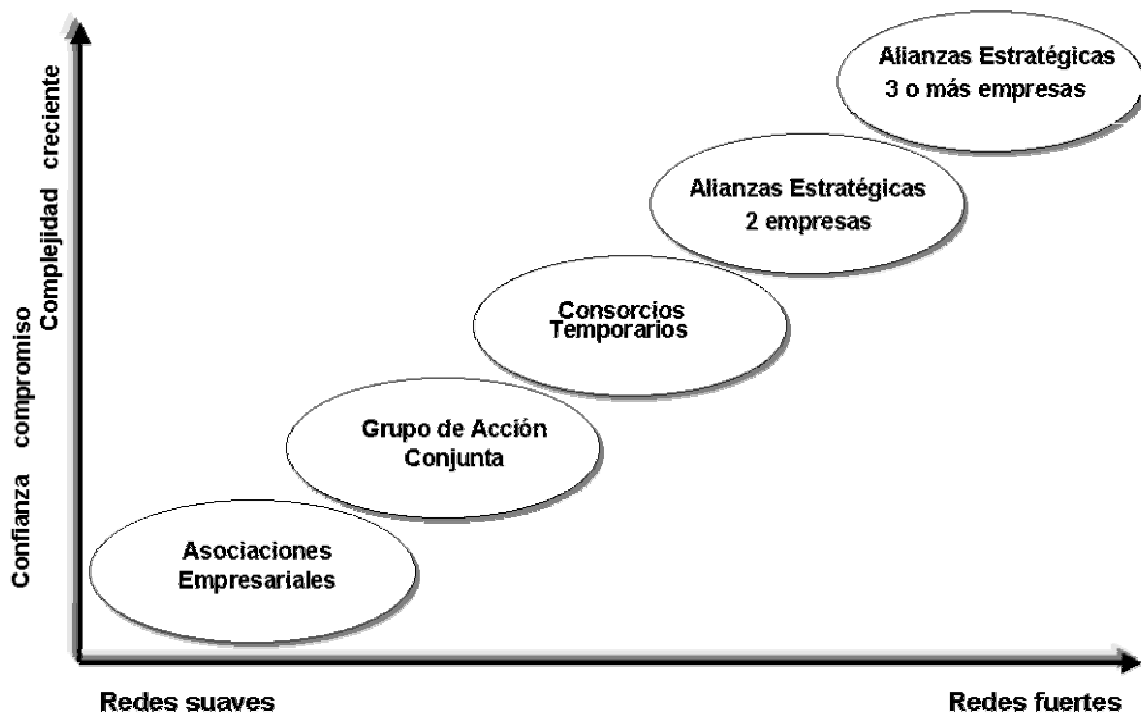


Figura 1- Tipología de redes interempresariales según Schmitz. Fuente: Schmitz, 1996.

A *joint venture* puede ser definido como una fusión de intereses entre una empresa con un grupo económico, personas jurídicas o personas físicas que desean expandir su base económica con estrategias de expansión y diversificación, con propósito explícito de lucros o beneficios, con duración permanente o a plazos determinados. Un modelo típico de *joint venture* sería la transacción entre el propietario de un terreno de excelente localización y una empresa de construcción civil, interesada en levantar un edificio para la construcción de un hotel sobre el local. O tal vez, un inventor de un nuevo proceso, producto o tecnología asociado a un capitalista para formar infraestructura adecuada para la fabricación o realización de la tecnología por medio de *Joint Venture*. Otro ejemplo de *Joint Venture*, sería un fabricante de conservas de alimentos que ofrece una fusión de intereses para un hacendado, que controlase la materia prima en cantidad y calidad adecuadas para la transformación en alimentos conservados. Existe todavía una cierta inhibición entre ejecutivos ante la fusión empresarial por *Joint Venture*, en caso de transferencia de tecnología o cualquier otro activo intangible que no posea protección legal, patente y marcas registradas, que podrían quedarse en el dominio público, una vez utilizado como aporte de capital para una transacción de *Joint Venture*.

*Alianzas de aparcerías* envolviendo proveedores, consumidores y funcionarios: se caracteriza ese tipo de alianza, cuando hay involucramiento de varios aparceros en el desarrollo del negocio en sus diversas etapas de la cadena de valor. Hay, además la participación de varios tipos de actores en ese proceso, tales como los proveedores, los clientes y sus funcionarios.

Por su vez el Instituto de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa e Inversión – IAPMEI (2000) presenta cuatro diferentes tipos de redes de cooperación interempresarial: *la Red Central, la Red Celular, el Club de Proveedores y las Redes multipolares*.

La *Red Central* se caracteriza por la asociación de varios intervinientes alrededor de una entidad central, previamente existente o constituida para el hecho,

donde se concentran los recursos y actividades a desarrollar.

La *Red Celular* se caracteriza por una actividad o conjunto de actividades desarrolladas en cooperación por las diversas empresas, sin la existencia de una entidad u organización central responsable por su ejecución ni el grado de formalismo asociado a la red central. Es el caso por ejemplo, cuando los recursos de distribución de varias empresas son aprovechables de manera conjunta, como forma de hacer una utilización más racional de los mismos.

Por su vez la *Red de Proveedores* es el tipo de red de cooperación caracterizada por el desarrollo de la actividad alrededor de un interviniente central posicionado a jusante de la cadena de valor con los restantes de los interventores para desarrollar actividades complementares que darán origen a un producto final direccionado al primero.

Ese tipo de red es bastante usual en la industria de automóvil, entre tanto, como el enfoque es dado a los pequeños emprendimientos, puede mencionarse la actividad de una operadora de servicios turísticos al preparar un paquete (producto o servicios turísticos), los diversos proveedores, posadas, guías, transportadores, etc. cooperan al nivel de las diferentes actividades de la cadena de valor o a través de la prestación de varios servicios que integran el producto final.

Finalmente las *Redes Multipolares* son oriundas de la conjugación de los diversos tipos de redes. En esas redes es desarrollado un conjunto de actividades por las diversas empresas de diversas redes de forma a establecer una compleja trama de interacciones y ligaciones entre ellas con base en las actividades específicas desarrolladas por cada una.

Otros estudios existen, aun, sobre tipologías de redes de empresas como es el presentado por Grandori y Soda (1995), mencionados por Amato Neto, (op.cit.), en que los autores desarrollaron una tipología de redes interempresariales con base en la compilación de diversas pesquisas anteriores. Los criterios en los que son basados esas tipologías son: tipo de mecanismos de coordinación utilizados; grado de centralización de la red y grado de

formalización de esa red.

En ese estudio los autores identificaron tres tipos de redes: *redes sociales*, *redes burocráticas* y *redes propietarias*.

En relación a las *redes sociales* la característica principal es la informalidad en las relaciones entre empresas. En esas relaciones no existen contratos o acuerdos formales, pues el direccionamiento de las actividades está relacionado con el intercambio de la llamada mercancía social manifestada por el prestigio, *status*, movilidad profesional y otros. Esas relaciones interempresariales, según los autores, pueden ser subdivididas en redes sociales simétricas y asimétricas.

Las redes sociales simétricas se caracterizan por la existencia de poder centralizado, los participantes de esa red comparten la misma capacidad de influencia, son los casos, por ejemplo, de cambio de informaciones y de conocimientos entre las partes, siendo su coordinación realizada por medio de mecanismos informales.

Las redes sociales asimétricas se caracterizan por la existencia de un interviniente central, que tiene como función la coordinación de los contratos formales de fornecimientos de productos y/o servicios entre las empresas y organizaciones que participan de esa red.

Ya las *redes burocráticas*, son caracterizadas por la presencia de contratos formales, cuya finalidad regular además de las especificaciones de proveer el producto y/o servicios, también la propia organización de la red y las condiciones de relacionamiento entre sus miembros, como por ejemplo, los instrumentos denominados estatutos, regimientos o reglamentos internos, etc.

De esta misma forma, existe la subdivisión de esas redes en redes burocráticas simétricas y asimétricas. En la red burocrática simétrica, como es el caso del consorcio, están presentes los mecanismos de coordinación y de división de trabajo entre empresas o organizaciones, así como los sistemas de controles para el monitoreo de los desempeños y participación de los diversos miembros.

En las redes burocráticas asimétricas hay la presencia de un agente central como es el caso de los siguientes meca-

nismos de relaciones interempresariales: red de agencias como es el caso de aquellas destinadas a la comercialización de productos y servicios padronizados, como póliza de seguros, y en el caso de las empresas de turismo, los paquetes turísticos, de grandes operadoras (mayoristas) revendidos por las Agencias de Viajes (minoristas): acuerdos de permisos: hay la presencia de acuerdos de cumplimientos de cláusulas contractuales de naturaleza organizacional, como es el caso del servicio de asistencia técnica prestada por una red de revendedoras de ordenadores; contratos de franqueos (franchising): considerados por los autores como la categoría más completa de la red burocrática, pues, por el sistema de franqueos son establecidos conjuntos de procedimientos formalizados, de resultados padronizado, de sistemas de contabilidad y de entrenamiento de personal padronizados...ultrapasan los límites de mero acuerdo comercial, por el hecho de que al franqueado son impuestos todos los padrones citados anteriormente.

Las *redes propietarias* se caracterizan por la formalización de acuerdos relativos a los derechos de propiedad entre los accionistas de empresas. Son, de la misma forma subdivididas en simétrica y asimétrica.

En las redes propietarias simétricas, sin la necesidad de haber un poder centralizador, las relaciones interempresariales están más asociadas a las actividades de pesquisas y desarrollo (P&D), innovación tecnológica y de sistemas de producción de alto contenido tecnológico, todos desarrollados, como el caso más conocido, por la designación de *joint ventures*.

Las redes propietarias asimétricas se relacionan con las asociaciones del tipo *capital venture*, donde hay la presencia de un inversor de ambos lados de la empresa aparcera. Ese tipo de relación interempresarial es más presente en los sectores de tecnología de punta, a través de los que se establecen los mecanismos de decisión conjunta e incluso de transferencia de tecnología gerencial.

Según estudios presentados por el Ministerio de la Ciencia y Tecnología y Ministerio de la Industria, del Comercio y del Turismo, en el documento: Poder de com-

pra: *inductor de la cualidad, productividad y capacitación tecnológica*, publicado en 1996, la cooperación entre las empresas puede tener las vertientes horizontal y vertical.

Así como este, otros estudios abordan sobre esta división de cooperación interempresarial, vertical y horizontal, como es el caso de Porter (1999), Casarotto Filho et al (1998) entre otros que serán citados más adelante.

En el caso de la cooperación horizontal, el principal fenómeno está en el surgimiento de configuraciones industriales marcadas por la asociación de empresas para la explotación de nuevas fuentes de competitividad.

Por integración horizontal, entretanto, se entiende, según SENAI, 2000, la interacción entre empresas que estén en la misma etapa de la cadena de valor y/o etapas de producción, con el objetivo principal de aumentar las ventas y disminuir los costes. La representación esquemática puede ser visualizada abajo:

**EMPRESAS A + B + C → MERCADO Y**

Para Santos et al (1994) apud Amato Neto (op. cit), las redes horizontales de cooperación se dan entre empresas que producen y ofrecen productos y servicios similares, pertenecientes a un mismo sector o ramo de actuación, o sea, entre una empresa y sus propios concurrentes. La mayoría de las veces, ese tipo de red es implantada cuando las empresas, aisladamente, presentan dificultades en: adquirir y compartir recursos escasos de desarrollo de sus productos y servicios: atender interna o externamente al mercado en que actúan, lanzar y mantener nueva línea de productos y o servicio

En el caso de cooperación con vertiente vertical hay integración de agentes a lo largo de la cadena productiva, visando el incremento de competitividad. La integración vertical con el objetivo de aumentar especialización y valor agregado, ofrecer diferenciación al consumidor, significa la interacción entre empresas en las diversas etapas de la cadena de valor y/o etapas de producción. En su forma más simple, ella se manifiesta en la elaboración de esquemas de catastramiento y

certificación de proveedores, permitiendo el incremento de la cualidade y la reducción de los costos de los productos.

Para Santos et al (1994 apud Amato Neto (op.cit.), las redes verticales de cooperación son normalmente encontradas en los casos en que las relaciones de cooperación ocurren entre empresas y los componentes de los diferentes eslabones a lo largo de de una cadena productiva. Las empresas, en este caso, cooperan con sus aparceros comerciales: productores, proveedores, distribuidores y prestadores de servicios.

La cooperación vertical entre empresas ocurre con mayor frecuencia en los casos que el producto o servicio final es compuesto por un gran número de piezas y/o partes componentes o etapas de desarrollo durante el proceso. En este caso las empresas involucradas pueden estar situadas en diferentes etapas de evolución tecnológica.

Las dos últimas formas típicas son el fortalecimiento de polos regionales de producción, con la aglutinación de empresas de pequeño porte, y la formación de proyectos cooperativos con el objetivo de intensificar los esfuerzos de pesquisa y desarrollo. La aglutinación de empresas permite el desarrollo de proyectos comunes, como la creación de centrales de marketing, programa de capacitación de recursos humanos, centrales de compra de materia prima y consorcios para la venta de volúmenes mayores de producción. Hay ejemplos bien sucedidos en los sectores mobiliario y téxtil, en Italia. La experiencia de formación de proyectos cooperativos, en nivel internacional, ha demostrado que hay incremento de la competitividad a través de la reducción de los costos y de las inseguridades tecnológicas. Se encajan en esta situación los proyectos europeos Eureka y Esprit.

### **Una experiencia en tramitación**

A seguir será presentada una experiencia de cooperación interempresarial en el segmento de turismo la que se encuentra en trámite. Por lo que fue presentado en el ítem anterior, el sistema de cooperación en referencia se presenta con características de los modelos red

fuerte, red de cooperación horizontal, celular, burocrática.

En Mato Grosso do Sul, Brasil, se observa que los emprendimientos que componen la estructura de la llamada industria del turismo, son caracterizados, en su gran parte, como micros y pequeñas empresas, entre ellas se puede citar: empresas del ramo de hostelería y hostería, estas notadamente localizadas en el interior del estado; agencias y operadoras de viajes; empresas de transportes, principalmente los llamados “conductores de *microbús*”, pequeñas locadoras de vehículos, propietarios de *microbús*; incluyen también los pequeños emprendimientos, los que poseen algunos autobuses; empresas que actúan como proveedores de refeciones y bebidas en general, bares, restaurantes y tiendas de artesanías..

Actúan en conjunto con los pequeños emprendimientos del sector turístico, empresas de mediana y grande porte, tales como: empresas aéreas, detentoras de aeronaves de mediana y grande porte; locadoras de vehículos con sede en grandes centros; algunos emprendimientos hoteleros, entre ellos los que pertenecen a redes de hoteles, compañías de seguros que pertenecen a instituciones financieras

Como fue dicho anteriormente, aunque la mayoría de los pequeños emprendimientos del sector turístico de Mato Grosso do Sul desarrolla sus actividades de forma concurrente, llevando a la fragmentación de los servicios ejecutados por las diversas empresas que componen el producto turístico, se presenta a seguir, aun que de forma incipiente, una posibilidad de desarrollo de una red de cooperación de pequeña empresa.

En el desarrollo de las actividades de esas pequeñas empresas, se constató la manera más común de cómo se desarrolla el atendimento a los turistas; el ejemplo objeto de constatación entre las empresas puede ser dado refiriéndose a una pareja de turistas oriundos de otra comunidad de la federación que desea conocer las bellezas naturales del municipio de Bonito, donde no ocurre el turismo de masa y del tipo excursión. Por circunstancias comunes, no están en vehículo propio. Esa situación, aisladamente, se vuelve invia-

ble para el atendimento al cliente, pues los precios se elevan debido a la necesidad de locarse un vehículo especialmente para atender a la referida pareja. Esto cuando no se depara con la dificultad para la locación de vehículo, siendo que algunas locadoras evitan locar vehículo con destino a Bonito, pues todos los paseos, con excepción del Balneario Municipal, son distantes y sus accesos son a través de rutas no pavimentadas

Como no hay una previa reserva en una hostería u hotel, la agencia debe hacer los interurbanos para providenciar el hospedaje de la referida pareja, pues toda y cualquier reserva, hecha con antelación, implica en desembolso de señal de 30% a 50%

De la misma forma en relación a los paseos a los atractivos turísticos, los mismos deben estar reservados con antelación, en una agencia específica para tal, localizada en Bonito. Entre tanto, cada cliente tiene sus gustos y atracciones propias, una vez que existen más de 40 opciones de atractivos naturales diferentes que el turista podrá optar.

Debido a esas y otras variables los costes operacionales de una pequeña empresa de turismo van aumentando volviéndose inviable organizar paseos turísticos para Bonito y Pantanal, pues los mismos son muy caros para los turistas, comparados a otros atractivos nacionales.

Ese ejemplo ilustra la carencia de una aparcería entre las pequeñas empresas involucradas: agencias de viajes, operadora de turismo, emprendedores de transporte, hosterías y / u hoteles, propietarios de atractivos turísticos... haciendo con que la región se vuelva menos competitiva, y por consiguiente las empresas involucradas en el proceso.

Deparando con esos y otros problemas, un grupo de pequeños empresarios, con problemas comunes, buscan alternativas y estrategias de atendimento al cliente y la posibilidad de fortalecimiento de su presencia en el mercado.

Es el caso de nueve empresas denominadas de Operadoras de Turismo, cuyo foco principal es atender a la demanda del turismo clasificado como receptivo, principalmente, para las regiones relacionadas con los atractivos naturales, localiza-



dos en el Pantala y Bonito. En consecuencia de la unión de esas micros y pequeñas empresas resultó en una asociación denominada GOPAN – Grupo de Operadoras de Turismo del Estado de Mato Grosso do Sul.

Tal asociación viene gradativamente conquistando su espacio junto a la sociedad local, regional, nacional y posiblemente en espacios extranjeros. En niveles local y regional la asociación ocupa asiento en diversas organizaciones gubernamentales y no gubernamentales. Tanto la Secretaría de Estado como la Fundación de Turismo de Mato Grosso do Sul ha demostrado el interés en reconocer la importancia de la Asociación GOPAN, como entidad colaboradora y dinamizadora del proceso de desarrollo del turismo en el Estado. La misma viene ganando espacios en la participación en reuniones que envuelven decisiones importantes para la operacionalización de las actividades turísticas.

Además de esas pequeñas empresas, por intermedio del GOPAN, ya tener la oportunidad de presentar proyectos y documentos para el perfeccionamiento de tales actividades, a ejemplo de normas para la participación de ferias y eventos en los estandes de la Fundación de Turismo; propuesta de regulamentación, en nivel regional, del funcionamiento de las Operadoras y Agencias de Viajes y Turismo, propuestas para el fortalecimiento del turismo receptivo para el Estado de Mato Grosso do Sul entre otros. Esta situación ilustra un proceso en tramitación que proporciona estrategias de desarrollo local a través de la participación activa de los actores locales en los sistemas de decisiones de los rumbos de una comunidad local, llamado por algunos autores de desarrollo endógeno.

Levantando informaciones junto a esa asociación, se puede constatar con seguridad que la unión entre los mismos es la salida para la voluntad de ser más competitivos, entretanto, muchas dificultades están enfrentando con relación a la implantación de una estrategia empresarial que pueda optimizar el desarrollo de la actividad cooperada.

Entre las dificultades levantadas figuran la presencia de conflictos que pueden

tener origen en las siguientes situaciones: escaso rendimiento de miembros (ausencia en reuniones, indiferencia a los acuerdos,...); miembros de la asociación con motivos o finalidades diferentes; el no cumplimiento de los acuerdos aprobados en actas de reuniones; falta de comunicación eficaz entre los miembros; impaciencia con los miembros que poseen menos experiencia; choques que derivan de obstáculos culturales o de región. Esas y otras dificultades observadas en la pesquisa pueden ser minimizadas en la cooperación interempresarial, segundo Souza (2002), cuando las empresas participantes: comparten informaciones e ideas; hay gestión transparente; buscan resultados de largo plazo; toman decisiones de forma colegiada; el emprendedor no se considera el dueño de la verdad; ven en el concurrente o proveedor un aliado con quien puede aprender; el proceso productivo o de ventas es tan importante como los resultados.

No obstante la presencia de las dificultades los emprendedores consultados creen que habrá grandes ventajas para los mismos y para los consumidores o turistas en general, tales como: reducción de los costes en la operacionalización de los servicios; planificación integrada de las actividades; integración interempresarial; ventajas competitivas; garantías y seguridad en el desarrollo de las actividades; mayor poder de divulgación y marketing; mejor calidad en los servicios prestados; mayor satisfacción de los turistas y agregación de nuevos valores a los servicios.

Es interesante frisar que; Méndez (2001), al abordar sobre innovación y redes de cooperación afirma que todos los ejemplos locales de suceso identifican la presencia de ciertos pioneros que, en su momento, dieron impulso al inicio de procesos innovadores, pues, muchas micro y pequeñas empresas no pueden enfrentar los caminos de forma individual, pues la presencia de agentes locales y, más aún, de redes de cooperación, constituye un recurso estratégico para el desarrollo local, bastante escaso en áreas con pobre tradición asociativa y un tejido social poco articulado.

O GOPAN, mientras asociación pione-

ra en ese segmento, viene conquistando espacios cada vez mayor junto a los diversos agentes de desarrollo como forma de construir un ambiente favorable y sigue fortaleciendo las ideas registradas por Méndez (2001) al identificar la presencia de ocho tipos de agentes, tanto del sector privado como público y que actúan en escala local y supralocal, cuya presencia precisa ser máxima en los ambientes más dinámicos y consolidados, con empresas estables, y mínima en áreas periféricas, con mayor presencia de microempresas y condiciones de precariedad. La situación ideal supondría la existencia de redes de cooperación entre todos los agentes para realizar proyectos comunes. Los ocho agentes citados por Méndez son: gobiernos, nacional y estadual; sindicatos; centros tecnológicos y laboratorios; centros de formación técnica gobiernos locales asociaciones empresariales; otras asociaciones de ámbito local y asociaciones empresariales supralocales.

### Consideraciones finales

La cooperación interempresarial como estrategia en los pequeños negocios puede representar un importante instrumento de competitividad, pues la agregación de valor no ocurre dentro de la empresa, o en apenas un eslabón de la cadena y. sí a lo largo de toda la cadena productiva.

Es de fundamental importancia que la pequeña empresa construya su red relacional junto a proveedores, clientes, entidades de apoyo, organismos gubernamentales y encuentre, entre las más diversas arquitecturas de formación de relaciones la que mejor presente potencial de implantación y desarrollo.

Entre tanto, eso sólo será posible si hubiere un ambiente socio económico adecuado y predisposto al desarrollo de estrategias competitivas. Transponer para la pequeña empresa metodologías y procedimientos usualmente utilizados por las grandes empresas y corporaciones como forma de enfrentar la acirrada competencia en un mundo globalizado es un gran desafío.

La sensibilización, la educación empresarial, la predisposición son factores que impulsan para la creación de un

ambiente propicio al desarrollo de cooperación interempresarial que por su vez se traduce en caminos para el desarrollo local y regional

Las cuestiones estructurales de funcionamiento de las pequeñas empresas asumen dimensiones estratégica en la construcción de una sociedad desarrollada en Brasil y particularmente, de acuerdo con este artículo, en el desarrollo del turismo en el estado de Mato Grosso do Sul. La búsqueda de modernizaciones de las acciones, por parte de los pequeños empresarios, se constituye en enorme tarea, no sólo para ellos mismos, mas también para las instituciones públicas y entidades de clase.

Todo el segmento debe hacer su parte, las iniciativas empresariales que impulsen el desarrollo del potencial local deben ser valorizadas y estimuladas. Algunos presupuestos básicos para el desarrollo de una red de pequeñas empresas podrían ser señalados, como la necesidad de los pequeños empresarios tener una visión multisectorial, con el análisis abarcador de la realidad, atendiendo a la dinámica y a la complejidad que viene asumiendo los problemas de la fuerte competencia en un mundo globalizado; acciones integradas, con la definición de instrumentos y estrategias de actuación, basada en el asociativismo, adecuadas a la superación de los problemas que se desea enfrentar y singularización del problema, enfatizada por la participación de grupos de empresarios, cada un potencializando sus individualidades, sus puntos fuertes, o sea, hacer bien hecho aquello que compite dentro de una red relacional.

La importancia de los poderes públicos territoriales como animadores en la construcción de ese ambiente innovador, capaz de fortalecer el tejido económico de la región, es fundamental para el desarrollo productivo y empresarial.

Según Albuquerque (1998), "la primera condición para el éxito de las iniciativas locales en favor del desarrollo es la coordinación de los diversos agentes que actúan en el territorio. Normalmente, son los poderes públicos locales, en su condición de garantidores de la cohesión territorial, que asumen y promueven estas

iniciativas. Otro, de los pilares básicos de las iniciativas locales de desarrollo es la participación activa de tales agentes territoriales.

### Bibliografía

Albuquerque, Francisco

1996 Desarrollo económico local y distribución del progreso técnico; una respuesta a las exigencias del ajuste estructural. Mimeo.

Amato Neto, J.

2000 *Redes de cooperação produtiva e clusters regionais; oportunidades para pequenas e médias empresas*. São Paulo: Atlas.

Casarotto filho, N. & pires, L. H.

1998 *Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local: estratégia para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana*. São Paulo: Atlas.

Instituto De Apoio Às Pequenas E Médias Empresas E Ao Investimento. Apresenta textos sobre programa de cooperação.

s/f Lisboa, acesso em 05.05.2000, <http://www.iapmei.pt/>

Méndez, R.

2001 *Inovación y redes de cooperación para el Desarrollo Local. Interações. Revista Internacional de Desenvolvimento Local*, Campo Grande: UCDB, v. 2, n. 3, p. 37-43, set.

Ministério Da Ciência E Tecnologia E Ministério Da Indústria, Do Comércio E Do Turismo.

1996 *Poder de compra: indutor da qualidade, produtividade e capacitação tecnológica*. Brasília: MCT.PACT-MICT,PBQP.

Porter, M.

1999 *Competição = on competition: estratégias competitivas essenciais*. 3.ed. Rio de Janeiro: Campus.

Porter, M.

1997 "Os caminhos da lucratividade; como implantar uma verdadeira vantagem competitiva". São Paulo: *Revista HSM Management*, 1(1): 88-94.

Pyke, F.

1992 "Pequeñas empresas, distritos industriales y desarrollo regional". Madrid. *Economía Industrial*, 287.

Schmitz, H.

1996 "Eficiência coletiva: reflexões acerca das experiências internacionais e do Vale dos Sinos". Palestra encontro promovido pelo Programa Calçado do Brasil. 11.06.96. Org. Elaine Antunes, UFRGS, Porto Alegre.

Serviço Nacioanal De Aprendizagem Industrial.

2000 *Perfil competitivo do Distrito Federal*. 3. ed. Brasília: Mercoeste.

Silva, V.

1993 Cooperación interempresarial: desafío a las políticas regionales. s.l. DPPR/ILPES, Set. Mimeo.

Souza, L. E de.

2002 "As lições e os ganhos da união. São Paulo". São Paulo: *Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios*, 162.

Vasquez-Barquero, A.

1995 A evolução recente da política regional: a experiência europeia. s.l. Notas Econômicas. Dez.

Recibido: 15 de septiembre de 2004

Aceptado: 16 de diciembre de 2004



**IBERTUR-Red de Patrimonio, Turismo y Desarrollo Sostenible** está formada por profesionales, técnicos, y científicos interesados por la gestión del patrimonio, y con especial referencia a aquella vinculada a las actividades turísticas.

La Red carece de ánimo de lucro y no se adscribe a ninguna ideología. Sus miembros, individuales y/o institucionales, pertenecen tanto al sector académico, público, privado como al denominado tercer sector.

El ámbito de actuación se centra especialmente en el contexto iberoamericano, caribeño y mediterráneo, aunque está abierto a aquellos profesionales de otros ámbitos que deseen participar y contribuir a desarrollar sus objetivos.

## OBJETIVOS

Intercambiar conocimientos, experiencias y cooperación técnica, especialmente para mejorar la gestión individual (compartiendo los resultados) y para favorecer el establecimiento de líneas de trabajo conjuntas.

Mejorar la cualificación profesional y el desarrollo tecnológico en la gestión patrimonial y en particular en las nuevas tendencias turísticas (turismo cultural, turismo rural, ecoturismo, turismo gastronómico,...).

Sensibilizar a la sociedad respecto de la importancia del patrimonio, así como de la investigación y puesta en valor del mismo.

Colaborar y cooperar con asociaciones e instituciones tanto del sector público como del privado con intereses similares.

Favorecer el establecimiento de proyectos conjuntos a través de los mecanismos nacionales y de los programas de cooperación de tipo bilateral y/o multilateral.

Establecer un espacio informativo, de reflexión y cooperación entre los miembros de la red, a través del sitio que brinda el Portal Iberoamericano de Gestión Cultural

## La Calidad como herramienta de gestión del Turismo Cultural

**Juan Fco. Castro León** †

Unidad de Turismo Urbano y Cultural, Agència Valenciana del Turisme (Valencia. España)

---

**Resumen:** El turismo es un fenómeno dinámico y cambiante. Aunque desde sus comienzos ha estado relacionado con la cultura, el turismo cultural no se ha consolidado como una práctica turística *had hoc* hasta las dos últimas décadas del siglo XX. Es en la madurez del *supersonsumido Sol y Playa*, cuando surge el turismo cultural como práctica totalmente reconocida y estrategia diferenciadora de aquellos destino pioneros hoy saturados. Pero la situación actual del sector cultural es de un total aislamiento ante una sociedad de consumo que demanda productos que respondan a todas y cada una de las expectativas de los clientes turístico-culturales. En este contexto, la calidad, ya aplicada en otros sectores industriales, se perfila como una estrategia adecuada para conseguir una mayor competitividad.

**Palabras clave:** Turismo cultural; Producto; Recurso; Calidad; Clientes; Satisfacción; Expectativas

---

**Abstract:** The tourism is a dynamic and changeable phenomenon. Although from his beginning it has been related to the culture, the cultural tourism has not consolidated as a tourist practice *had hoc* up to last two decades of the XXth century. It is in the ripeness of the super consumed the Sun and Beach, when the cultural tourism arises as completely recognized practice and different strategy from those destines pioneers today saturated. But the current situation of the cultural sector is of an entire isolation before a society of consumption that it demands products that they answer to each and every one of the expectations of the tourist - cultural clients. In this context, the quality already applied in other industrial sectors, is outlined as a strategy adapted to obtain a major competitiveness.

**Keywords:** Cultural Tourism; Product; Resource; Quality; Clients; Satisfaction; Expectations

---

---

† • Juan Fco. Castro León es licenciado en Historia del Arte por la Universidad de Santiago de Compostela y Máster Universitario en Turismo Cultural (U. Politécnica de Valencia). E-mail: castro\_jua@gva.es

## Introducción

La concepción moderna de turismo nace motivada por una sociedad cambiante como la del siglo XX. Concretamente, la segunda mitad del siglo implica una serie de cambios en las condiciones laborales, lo que provoca la aparición de ocio y tiempo libre, junto a un progresivo consumismo provocado por el aumento del nivel de vida. En este contexto aparece el turismo de los años 60 como un producto más de consumo dentro de la sociedad. Muchas familias pueden permitirse viajar en su tiempo de "no trabajo" a zonas de amplias playas y buen clima en busca de descanso y diversión.

De esta forma nace el Turismo de Masas, que alcanza su máximo auge en la década de los 80. Este modelo de desarrollo se produjo de forma intensiva, urbanizando las zonas del litoral para poder dar cabida al máximo número de turistas posibles. A su vez, éstos demandaban paquetes turísticos a bajo precio, careciendo de más motivaciones que el puro descanso y diversión.

Aunque este sistema ha supuesto durante sus primeras décadas, como en el caso español, un gran despegue económico para algunos países, el crecimiento descontrolado y la fuerte presión que ha supuesto la continua afluencia de turistas, está provocando en la actualidad una progresiva desaceleración de los destinos maduros.

Por otra parte, diversos cambios en la demanda, como una mayor calidad de los servicios, un gusto por la preservación del medio natural, social y cultural, y el paso hacia un turismo activo y menos masificado, presagian que el concepto tradicional de turismo se esté acercando peligrosamente al umbral del estancamiento.

Por ello, la gran mayoría de las administraciones de los destinos tradicionales, han comenzado a plantear estrategias para conseguir un aumento de la competitividad. De esta forma, sobre la base del conocimiento de la demanda, se está optando por dos estrategias:

1. *Especialización*: creación de nuevos productos en destinos maduros y destinos emergentes.

2. *Calidad*: tanto en los destinos como en los productos, nuevos y tradicionales.

Para crear una oferta competitiva, ambas estrategias deben estar íntimamente ligadas. Es decir, al igual que la aplicación de la calidad en los productos tradicionales como el sol y playa (banderas azules, duchas, lavapies, etc...), las nuevas tipologías turísticas que se desarrollen deben considerar la calidad como una herramienta fundamental para su perfecto progreso.

## Turismo cultural: un producto en auge

Este es el caso del Turismo Cultural. El creciente interés social por conocer el pasado y presente de las diferentes civilizaciones, la búsqueda de una mayor implicación con el destino, la realización de actividades durante el viaje y el gusto por la preservación de las culturas y el entorno, han supuesto que este producto se esté posicionando como uno de los de más éxito.

Según ATLAS (*The Association for Tourism and Leisure Education*), el 28 % de los viajes vacacionales de los europeos, tiene una finalidad cultural, lo que equivale a 38 millones de viajes al año. En EE.UU, un reciente estudio<sup>1</sup> de la TIA (Travel Industry Association of América) dice que los turistas muestran un interés creciente en encontrar en sus viajes experiencias o actividades relacionadas con la cultura, el arte, la historia y los monumentos del pasado. Esto ha implicado que 118 millones de viajeros de EE.UU (81 %) se consideran turistas culturales, incluyendo en sus viajes algunas de las actividades mencionadas anteriormente.

A la vista de estos datos, el Turismo Cultural se presenta como un producto con un gran potencial en el mercado turístico. Sin embargo, esta gran relevancia no se corresponde con el estado actual de la oferta. En el caso de España, nos encontramos con un país de gran riqueza cultural, con el mayor número de Patrimonios de la Humanidad (UNESCO) del mundo y con una amplia oferta de recur-

sos<sup>2</sup> culturales (11.516 bienes inmuebles y 16.642 bienes muebles declarados B.I.C<sup>3</sup>). Por otra parte, solo un 10 % de estos recursos pueden considerarse *productos*<sup>4</sup> turísticos para un perfecto consumo.

La gran potencialidad de destinos como España presagia que, con una debida gestión y una correcta planificación de la oferta cultural, puedan convertirse en los dinamizadores del Turismo.

Por otra parte, el escaso desarrollo de esta tipología ofrece la oportunidad de construir ofertas que desestimen prácticas planificadoras a corto plazo y sin tener en cuenta las exigencias actuales. Para ello y como decíamos con anterioridad, la Especialización debe ir de la mano de la Calidad.

### La Calidad como herramienta de gestión

Según la ISO (Organización Internacional para la Estandarización), la Calidad es “la capacidad de un conjunto de características inherentes al producto, sistema o proceso para cumplir los requerimientos de los clientes o otras partes interesadas”.

Esto quiere decir que la calidad hace referencia a la gestión de la empresa y de todos sus procesos de forma interrelacionada, y a la consecución de su objetivo principal: la satisfacción del cliente. Así, el grado de calidad, se mide por la percepción del consumidor de que sus expectativas han sido cubiertas. Hasta ahora el concepto de calidad en el ámbito turístico se venía introduciendo mayormente en recursos complementarios como hoteles, restaurantes, apartamentos, etc., y en algunos casos, en recursos geoturísticos como las playas. La inclusión de la calidad en éstas ha supuesto la adaptación de estándares que garantizan el uso, disfrute y sustentabilidad de un bien frágil e irremplazable.

Al igual que las playas, el patrimonio cultural es un recurso turístico de primer orden, ligado al territorio y a la naturaleza, frágil e irremplazable, al que se debe aplicar criterios de calidad para garantizar su sostenibilidad y disfrute.

La idea de emplear estos preceptos en los bienes culturales parte directamente del Principio nº 3 de la *CARTA INTER-*

### *NACIONAL SOBRE TURISMO CULTURAL*, 1999 (ICOMOS):

“...La planificación y conservación del turismo en los sitios con Patrimonio, debería garantizar que la *Experiencia* del Visitante le merezca la pena y le sea satisfactoria y agradable:

... los programas de Conservación del Patrimonio y los del Turismo, deberían ofrecer contenidos de máxima *calidad* para optimizar la comprensión del visitante a cerca de las características significativas del Patrimonio y la necesidad de su protección, haciéndole capaz de disfrutar adecuadamente de su visita ...

... la planificación de actividades turísticas debería ofrecer al visitante posibilidades adecuadas de confort, seguridad y de sentirse a gusto, de modo que aumente el disfrute de la visita sin impacto negativo para las características significativas o ecológicas del sitio.”

Este documento contiene una importancia capital. Supone una gran evolución con respecto al anterior documento, la *Carta de Turismo Cultural del año 1976*. La idea principal de ésta era el interés por la conservación del patrimonio frente al creciente y futuro desarrollo del Turismo que comenzaba a descubrir tímidamente los monumentos como elementos de gran valor turístico. De esta forma advierte que “el turismo cultural no puede considerarse desligado de los efectos negativos, nocivos y destructivos que acarrea el uso masivo e incontrolado de los monumentos y sitios”. Sin embargo el concepto de calidad no aparece reflejado en ningún momento.

En el texto de 1999 ya no sólo se procura la conservación del patrimonio. Nace motivado por la evolución lógica de la sociedad. El aumento del nivel cultural y económico genera una concepción más social del patrimonio. Además, el creciente interés por las culturas obliga a que éste deba transmitir su significado (ver las cifras sobre Turismo cultural anteriormente mencionadas). Esto supone un replanteamiento de la gestión patrimonial de cara a un mayor uso y disfrute del mismo, para lo cual la calidad se presenta como una herramienta fundamental.

De los párrafos del texto del 99, podemos extraer dos tipos de calidad diferen-

te:

### 1. *Calidad para el visitante:*

La finalidad última de la calidad es la satisfacción del cliente. Asimismo, diferenciamos dos tipos:

a). *Calidad técnica:* la gestión cultural debe incorporar en sus procesos las técnicas necesarias para que el usuario comprenda y experimente las características significativas del patrimonio (interpretación, paneles, audiovisuales, guías, etc.). De esta forma deja de estar sometido a una actitud meramente contemplativa y pasiva, aumentando de esta forma su competitividad.

b). *Calidad de servicios:* el texto se refiere a ella en lo concerniente a las condiciones de seguridad, confort, accesibilidad, etc. En resumen, las prestaciones de calidad de cualquier servicio turístico.

Como podemos ver, la implementación de la calidad en el turismo cultural garantiza una correcta gestión de los *recursos* para así transformarlos en *productos*.

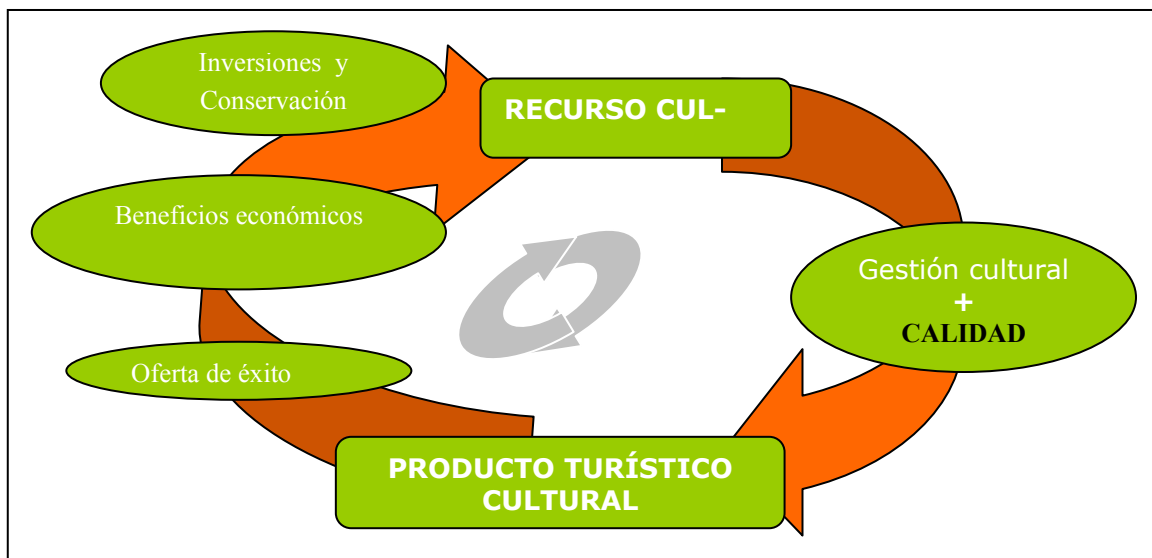
### 2. *Calidad para el bien:*

Como acabamos de ver, la implementación de la calidad técnica y de servicio conlleva a la creación de una oferta competitiva que garantiza un óptimo consumo

de los bienes culturales. El mayor nivel de calidad de los bienes culturales hace que los usuarios perciban experiencias favorables y diferentes, comprendiendo el significado de los bienes históricos y sintiéndose partícipes de la experiencia.

Esta satisfacción implica que posiblemente repitan su elección o recomienden a otros que visiten el destino, lo que supondrá grandes beneficios económicos que podrán utilizarse para el mantenimiento y conservación del patrimonio. Mediante su uso turístico y la correcta gestión, se asegura la subsistencia de unos bienes que, hasta hace pocos años, estaban condenados a convertirse en ruinas inservibles, cuya rehabilitación suponía inversiones muy cuantiosas.

La importancia de este ciclo de acciones encaminado a garantizar la satisfacción del cliente, radica en su aplicación continua. Como se ve en el anterior cuadro, para garantizar el éxito a largo plazo del producto y su competitividad, se debe aplicar un ciclo de mejora continua, mediante el cual se estará al tanto de la evolución del mercado, de las demandas, del estado de los productos, y de todos los factores que afecten a la oferta turística.



Ciclo de la gestión de calidad aplicado a la gestión del patrimonio. *Fuente: Elaboración propia.*

De esta forma, el uso social del patrimonio, articulado sobre los propios bie-

nes, genera los suficientes beneficios económicos para garantizar su *Sostenibilidad*. Así, se garantiza la transmisión de la herencia del pasado para el futuro,



habiéndolos disfrutado en el presente.

**Conclusiones**

Como se ha visto, el turismo cultural es uno de los nuevos productos que más potencialidad alberga en los próximos años. Cada vez son más los turistas que buscan un turismo más activo y participativo, conociendo las diferentes culturas que forman parte del mundo.

Por otra parte, además de su contribución a la desestacionalización y la diversificación de la oferta, es un turismo altamente rentable. ( ver cuadro anexo)

Todos estos datos indican que el Turismo Cultural es una estrategia de especialización adecuada y que además responde a las tendencias actuales de la demanda.

Paradójicamente, su puesta en marcha en la actualidad es complicada, ya que, en general nos encontramos con un escaso desarrollo de este tipo de ofertas. La mayoría de los recursos culturales no están preparados para un correcto consumo (recurso vs producto).

Sin los necesarios medios de gestión, el sentido del turismo cultural estará cerce-

nado, ya que su principal motivación es “... un deseo de conocer y comprender ...” con la “ ... intervención de un mediador, ya sea persona o documento escrito o material audiovisual, que tenga la función de subrayar el valor del producto cultural<sup>5</sup>...”

De esta forma se seguirá manteniendo la “oferta tradicional basada en la visita a los bienes patrimoniales en los que, en muchos casos, lo que hace el turista es hacerse una foto para el recuerdo<sup>6</sup>”.

En este contexto, la gestión del patrimonio cultural, empleando la calidad como parte de todos sus procesos, permitirá un desarrollo adecuado para la creación de una oferta competitiva, que asegure su uso y disfrute de manera sostenible.

Pero para ello, es necesario desarrollar programas de investigación para la aplicación de la calidad al patrimonio cultural, para así garantizar la constitución de ofertas competitivas que permitan el uso, disfrute, difusión y conservación de la cultura.

Esta debería ser una de las metas inmediatas de los responsables de la Gestión patrimonial.

RENTABILIDAD DEL TURISMO CULTURAL	
ECONÓMICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gasto superior a la media ( 78 euros / día )</li> <li>- Consumo de bienes suministrados por el destino</li> <li>- Conservación del Patrimonio: menor gasto en restauraciones</li> <li>- Aumento de la tasa de empleo</li> <li>- Turismo activo = pervivencia del destino en el mercado turístico</li> </ul>
CULTURAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Respeto hacia el Patrimonio</li> <li>- Respeto hacia las tradiciones y costumbres locales</li> <li>- Gasto turístico revierte en la conservación del patrimonio</li> <li>- Intercambio cultural: Difusión de la cultura local, aprendizaje de la cultura ajena</li> </ul>
SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Integración de los turistas en destino: aceptación de la actividad turística</li> <li>- Reducción del paro</li> <li>- Valoración de la identidad cultural</li> </ul>
MEDIOAM-BIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Respeto por el Medioambiente: conservación</li> <li>- Preservación de la biodiversidad</li> <li>- Visión integradora del territorio: Patrimonio natural + Patrimonio cultural</li> </ul>

Cuadro Anexo. Fuente: *Elaboración propia*

**Bibliografía**

Badia Giménez, Albert.  
 2002 *ISO 9001* Deusto. Bilbao:  
 Ballart Hernández, Josep - Jordi Juan i  
 Tresserras.  
 2001 *Gestión del Patrimonio Cultural*,  
 Barcelona: Ariel Patrimonio.

- Carlzon, J.  
1991 *El momento de la verdad*. Madrid:  
Ed. Díaz de Santos,  
Francesc Valls, Josep.  
2001 *Gestión de empresas de Turismo y  
Ocio*. Barcelona: Esade y Gestión 2000.  
Morales, Alfredo J.  
1996 *Patrimonio histórico artístico*. Ma-  
drid: Historia 16.  
Senlle, Andrés, E. Martínez, N. Martínez.  
2000 *ISO 9000-2000 - CALIDAD EN LOS  
SERVICIOS*. Barcelona: Gestión 2000.  
Smith, Valene L.  
1992 *Anfitriones e invitados*, Endymion.  
Madrid  
Smithsonian Magazine & TIA  
2003 *The Historic/Cultural Travele*, 2003  
Edition. USA  
Turespaña  
2001 "*Estudio de Productos turísticos: El  
Turismo Cultural*". Instituto de Estu-  
dios Turísticos. Madrid.  
VV.AA  
2002 *Turismo y Medioambiente*. Valen-  
cia: Fondo Social europeo, UPV.  
VV.AA  
2002 *Sistemas Integrados de Calidad y  
Medioambiente*. Valencia: Fondo So-  
cial europeo, UPV.

## NOTAS

- <sup>1</sup> *The Historic / Cultural Traveler, 2003 Edition*  
<sup>2</sup> Conjunto potencial de bienes materiales e inma-  
teriales a disposición del hombre que pueden  
utilizarse, mediante la intermediación del hom-  
bre, para satisfacer sus necesidades turísticas.  
<sup>3</sup> Fuente: "Estudio de Productos Turísticos".  
Turespaña. Año 2001. Madrid.  
<sup>4</sup> Conjunto de bienes que, por medio de la inter-  
vención del hombre, hacen posible la actividad  
turística y satisfacen la demanda  
<sup>5</sup> Informe de la Comisión de las Comunidades  
Europeas  
<sup>6</sup> Joxean Fernández. "II Jornadas de Trabajo  
sobre Turismo Cultural. Santiago de Compostela.  
España. 2003.

*Recibido: 18 de octubre de 2004*  
*Aceptado: 20 de diciembre de 2004*

Turismo em áreas “menos desenvolvidas”: caracterização,  
desenvolvimento e planejamento turístico da Vila de Trindade,  
município de Paraty / Rio de Janeiro – Brasil  
**Alexandra Campos Oliveira** †

---

**Resumo:** A intenção deste artigo é discutir o planejamento e ocupação turística na Vila de Trindade, localizada em Paraty, litoral sul do Estado do Rio de Janeiro, Brasil. Apesar da existência do planejamento turístico no município, a atividade vem gerando uma série de conflitos na Vila os quais pretende-se discutir. A existência do planejamento implica a maximização dos impactos positivos do turismo e melhor distribuição dos mesmos? Minimiza impactos negativos? O planejamento vincula-se ao crescimento organizado da atividade? Contribui para que o turismo torne-se fator de desenvolvimento local? Tais questionamentos serão discutidos tomando-se como exemplo um município que tem percebido significativos investimentos na atividade, se tornando um referencial enquanto destino turístico no cenário nacional.

**Palavras chave:** Planejamento turístico; Desenvolvimento; População

---

**Abstract:** The aim of this article is discussing the tourism planning and occupation in Trindade Village, located in Paraty, south coast at the state of Rio de Janeiro, Brazil. Besides the existence of tourism planning in the village, tourism has been creating a lot of conflicts, which this article intends to discuss. Does the existence of planning imply the maximization of the positive impacts of tourism and their better distribution? Does it minimize the negative impacts? Does the planning link to the activity's organized growing? Does it contribute for the tourism to become a factor of local development? Those questions will be discussed by taking as example a town in which there have been significant investments in the activity, becoming a reference as tourism destination in the National Setting.

**Keywords:** Tourism planning; Development; Population

---

---

† • Alexandra Campos Oliveira e Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (Brasil). E-mail: alexandratur@hotmail.com

## Introdução

O município de Paraty, localizado ao sul do litoral do Estado do Rio de Janeiro, é considerado um dos mais importantes pólos turísticos do Brasil. Área turística de alcance internacional, tem como atrativo principal seu centro histórico, constituído por casario de arquitetura genuinamente colonial.

No entanto, o município de Paraty possui uma grande variedade de atrativos que exercem apelo a outros segmentos turísticos. Além de belas praias rodeadas pela Mata Atlântica, possui vários bens imateriais de grande relevância, como as culturas caiçara, negra, indígena, dos quilombos e portuguesa. Tais atrativos se localizam ou manifestam-se majoritariamente nas áreas periféricas do município.

Nesse cenário, destaca-se a Vila de Trindade, situada na região mais ao sul do de Paraty, cujas praias são consideradas as mais belas do município. Parte de seu território está inserido na Área de Preservação Ambiental do Cairuçu. Possui, ainda, traços remanescentes da cultura caiçara. Tais características contribuíram para que a Vila passasse a experimentar significativo desenvolvimento turístico, tornando-se a segunda região de maior crescimento da atividade do município, perdendo apenas para o centro histórico.

Os aspectos sócio-econômicos de Trindade correspondem à realidade de muitas localidades de países pobres e países em desenvolvimento. São localidades ditas “menos desenvolvidas”<sup>1</sup>. Não se trata, aqui, de áreas cujos habitantes vivem em extrema pobreza, guetos ou os mais sórdidos subúrbios de cidades, subprodutos da lógica dominante de desenvolvimento, uma vez que tais áreas não apresentam apelo turístico. Trata-se sim de localidades cujas populações são ditas tradicionais e que vivem (ou viviam, anteriormente ao processo de desenvolvimento turístico), basicamente, da pesca e da agricultura de subsistência, bem como municípios interioranos que não se inserem tão amplamente, em termos relativos, na economia global. Estes locais (municípios

ou regiões de um município) correspondem à grande parte dos destinos “descobertos” pela atividade turística, por suas peculiaridades naturais e culturais preservadas, representando uma alternativa de fuga do cotidiano aos indivíduos dos conglomerados urbanos (que, por sua vez, correspondem em grande medida ao mercado consumidor de turismo). A partir do desenvolvimento do turismo, tais localidades passam a sofrer alterações profundas (econômicas, sociais, culturais, ambientais, etc.) que, não raro, suas populações não estão aptas a acompanhar, tendo em vista suas desvantagens econômicas e despreparo para lidar com a atividade.

A população dessas áreas, então, é especialmente frágil aos impactos negativos da atividade, o que reforça a necessidade da existência de um planejamento turístico nas mesmas.

## A Vila de Trindade

Trindade é uma vila de pescadores de Paraty, município pertencente à Mesorregião Sul Fluminense, Região da Costa Verde e à microrregião da Baía da Ilha Grande (PDDT<sup>2</sup>, 2003:25). Paraty tem por limites os municípios de Angra dos Reis (RJ), Cunha (SP) e Ubatuba (SP). Localiza-se entre as duas maiores cidades brasileiras: São Paulo e Rio de Janeiro. Situa-se, ainda, dentro da zona tropical, apresentando um relevo predominantemente montanhoso, marcado pela existência de dezenas de ilhas por todo seu litoral.

A faixa urbana do município de Paraty localiza-se, em sua maior parte, na área Baixa Litorânea (entre a Serra e a Costa), constituída por estreitas planícies sedimentares (PDDT, 2003:87).

A Vila de Trindade pertence à Macro-Região Sul de Paraty, ao lado dos bairros de Patrimônio, Laranjeiras, Sono, Ponta de Juatinga e Campinho (PDDT, 2003:101). Situa-se a 30 km da região central do município. Desta, são 22 km pela BR-101 (Rodovia Rio-Santos), sentido São Paulo, até o trevo de Patrimônio, que dá acesso a PRT-101. Esta rodovia leva ao luxuoso condomínio

de Laranjeiras, à Praia do Sono e à Trindade. Deste ponto são mais 8 km pela PRT-101, popularmente conhecida como Morro do Deus-me-livre.

Não raro, Trindade recebe a denominação de praia de Paraty. Nos dados da prefeitura do município, no entanto, a vila aparece como um bairro. PDDT de Paraty esclarece:

*(...) deve-se salientar que Trindade não é uma única praia, mas sim uma região com grande fluxo turístico e que apresenta praias com características semelhantes. São elas: Brava, Cepilho, Dos Ranchos (Fora), Do Meio, Caixadaço e Figueira. Todas elas apresentam considerável atratividade, graças a sua peculiar condição natural, caracterizada pela coloração esverdeada da água, temperatura agradável e vegetação atlântica em seus arredores. Por tudo*

*isso, pode-se considerar tais praias entre as mais bonitas de Paraty, atraindo visitantes de todas as Macro-regiões do município (2003:46).*

Área privilegiada com praias, cachoeiras, rios e formações rochosas, Trindade encontra-se rodeada pela Mata Atlântica, estando situada dentro da Área de Preservação Ambiental de Cairuçu.

É importante ressaltar que cerca de 80% do território paratiense é composto por unidades de conservação (PDDT, 2003:80).

A Praia Brava é a primeira praia de Trindade, partindo do trevo de Patrimônio e seguindo-se a PRT-101. O acesso a esta só é feito por trilha a pé. Deserta e escondida entre costões rochosos e densa Mata Atlântica, não possui nenhuma infra-estrutura turística.



Mapa 1. Paraty





Mapa 2. Paraty: Arredores



**Figura 1.** Vista aérea de Trindade



**Figura 2.** Praia dos Ranchos

Retomando a PRT-101, a praia seguinte é a Praia do Cepilho. Com cerca de 300 metros de extensão, possui belas formações rochosas e ondas de até 4 metros, o que atrai muitos surfistas (Disponível em: [www.trindade.tur.br/-](http://www.trindade.tur.br/-praias.htm)

[praias.htm](http://www.trindade.tur.br/-praias.htm) acessado em: 14/03/2004).

A Praia de Fora ou dos Ranchos acompanha toda a Vila de Trindade e é uma das mais freqüentadas por turistas. A denominação Ranchos se deve a presença de ranchos de pesca utilizados



antigamente pelos nativos, hoje transformados em bares à beira-mar (Disponível em: [www.trindade.tur.br/praias.htm](http://www.trindade.tur.br/praias.htm). Acessado em: 14/03/2004). Em época de maré baixa, avista-se desta a Praia das Conchas, acessível por uma trilha no meio da mata (Pereira, 2001:13).

A Praia do Meio é pequena e possui forte declive. É dividida por uma ilha onde se avista o mar aberto, outras praias e a pedra Cabeça do Índio. Possui quiosques à beira-mar e também é bastante freqüentada por turistas.

Pela Praia do Meio deságua o Rio Codó, cujo curso leva a cachoeira dos Codós. Esta é uma pequena cachoeira, que se desdobra em muitas quedas d'água. Seu diferencial está na existência de uma pedra cuja fenda pode ser atravessada, aproveitando-se para tanto a força da água; devido a essa recreação, tal cachoeira ficou popularmente conhecida como Cachoeira da Pedra que Engole.

Do encontro do Rio Codó com a Praia do Meio existe uma trilha que leva à

Praia do Caixadaço. Esta é uma longa praia de areia fina e branca e águas esverdeadas. Nela não há luz elétrica. Existem apenas alguns *campings* e uma espécie de albergue. Tem grande apelo turístico por sua rusticidade e preservação, aos quais a relativa dificuldade de acesso contribui. Ainda assim, esta praia é bastante freqüentada por turistas, especialmente por dar acesso, após o Rio Barrinha, à trilha que leva às pedras da Piscina Natural do Caixadaço (Disponível em: [www.trindade.tur.br/praias.htm](http://www.trindade.tur.br/praias.htm). Acessado em: 14/03/2004).

A Piscina Natural do Caixadaço é formada por grandes pedras vulcânicas que represam a água do mar. Possui cerca de 50 metros de diâmetro e é apropriada para a prática de mergulho (Pereira, 2001:13). É um dos maiores atrativos turísticos de Trindade, sendo muito visitada turistas.



**Figura 3.** Praia do Meio





**Figura 4.** Trilhas rodeadas pela Mata Atlântica



**Figura 5.** Piscina Natural do Caixadaço

A mesma trilha que leva à Piscina Natural do Caixadaço dá acesso à Praia da Figueira, popularmente conhecida como Praia dos Pelados, a última praia do sul do Estado do Rio de Janeiro. Constitui-se em área liberada para a prática do naturismo.

A Pedra da Cabeça do Índio, marco divisório entre os Estados do Rio de Janeiro e São Paulo, é uma grande pedra na Ponta da Trindade, cujo formato assemelha-se ao perfil de um índio. Seu acesso se dá por trilhas íngremes; não há praias nem cachoeiras, mas existe a beleza exuberante da Mata Atlântica. No caminho, há duas cavernas, dentre as quais a Toca dos Ossos. Estas envolvem

histórias de índios e piratas que fazem parte da cultura local. Da Cabeça do Índio é possível apreciar uma bela vista panorâmica de várias ilhas, do mar aberto e da Trindade.

A avenida Sobral Pinto atravessa a vila, constituindo-se na sua principal via. Concentra os estabelecimentos comerciais, restaurantes, pousadas e *campings*. A infra-estrutura urbana e turística aí existente difere da infra-estrutura do centro histórico de Paraty.

Na região central do município concentra-se a maior parte da infra-estrutura urbana. 69,9 % dos domicílios de Paraty são contemplados pela rede geral de abastecimento de água, enquanto

27,50% utiliza água proveniente de poços e nascentes (realidade comum nas áreas periféricas). As fossas correspondem pela maior parte do destino de esgotos domiciliares (78,9%). Parte do centro histórico possui coletores de esgoto ligados a rede geral, enquanto os bairros periféricos, em especial a Ilha das Cobras e Mangueira, não possuem coleta de esgoto (PDDT, 2003:47). Tais estatísticas se justificam pela baixa taxa de urbanização do município, que, por sua vez, tem precedentes históricos que serão abordados adiante. De acordo com dados do IBGE<sup>3</sup> (2000), a população de Paraty é de 29.544 habitantes, dos quais 47,6% vivem na área urbana e o restante na área rural:

*Paraty não sofreu um processo de êxodo rural significativo, mantendo mais da metade de sua população vivendo nessa região. Para efeito de comparação, a taxa de urbanização da Baía da Ilha Grande é de 86,3%. Em razão da baixa urbanização, a densidade demográfica também é pequena, com 31,6 habitantes por km<sup>2</sup>. (PDDT, 2003:71).*

Trindade, enquanto bairro periférico, caracteriza-se por uma infra-estrutura urbana regular. No entanto, vem apresentando grande crescimento da taxa de urbanização, processo que sofre contribuição significativa do desenvolvimento do turismo na vila.

A economia de Trindade foi voltada, anteriormente ao desenvolvimento do

turismo, como será abordado adiante, para a pesca e agricultura de subsistência. A população de Trindade vivia relativamente isolada e mantinha um sistema de trocas. Segundo relatos de moradores, os homens responsáveis pela pesca em alto-mar iam para o município de Santos depois da lua cheia, e por lá permaneciam durante um mês; outros cuidavam do “cerco”, atividade ainda existente em Trindade. Estes permaneciam na Vila. O peixe era a base da alimentação local. Saulo Alves da Silva, atual presidente da Associação de Moradores Nativos e Originários da Trindade, descreve a realidade da Vila anteriormente ao desenvolvimento turístico: “o seu café era peixe frito, farinha, peixe com banana, que é o famoso azul marinho. Carne você não comia, comia carne de caça, do mato. Aí era peixe, com banana, aí vinha uma isca que você pegava e cozinhava. Por exemplo, o seu café da manhã poderia ser peixe assado na brasa. Feijão você comia do que você plantava, arroz não. Óleo era muito difícil, porque tinha porco, você fazia banha. O frango comia porque tinha galinha caipira. Então era disso que se vivia”.

A pesca ainda é um dos esteios da economia de Trindade. A Vila se destaca como uma das principais áreas pesqueiras de Paraty. Atualmente, no entanto, nota-se que a maior parte da população se dedica à atividade turística.

Bairro	Urbanização	Infra-estrutura urbana	Infra-estrutura turística	Acesso
Trindade	Alta	Regular	Boa	PRT 101
Observações	População flutuante em virtude do turismo.			

Quadro 1. Descrição dos Bairros. Fonte: PDDT, 2003:30.

Ramo Atividade	%
Agropecuária, Silvicultura, Exploração Florestal e Pesca	0,5
Comércio, Turismo, Alimentação, Transporte e Comunicação	51,60
Financeiro, Imobiliário e Outros Serviços	8,0
Administração Pública, Defesa e Seguridade Social	27,3
Educação, Saúde e Serviços Sociais	6,9
Indústria Extrativa da Transformação e da construção	5,6
Produção e Distribuição de Eletricidade, Gás e Água	0,1

Quadro 2. Distribuição de Pessoas Ocupadas por Ramo de Atividade. Fonte: Ministério das Cidades apud PDDT, 2003:77. Nota-se que a atividade turística e outras atividades a ela ligadas, direta ou indiretamente, respondem pela maior parte do número de ocupações existentes no município.

O turismo tem grande importância para todo o município de Paraty. Apesar de a agropecuária responder por 63,2% do produto interno bruto municipal, de acordo com dados do Ministério das Cidades (1996), observa-se que 79,6% das atividades econômicas desenvolvidas pelas empresas de Paraty se referem ao comércio, turismo, transporte, alimentação e comunicação. Tais atividades respondiam, no mesmo ano, por 32,4% do produto interno bruto municipal. (PDDT, 2003:74;76). A importância do turismo para o município também é observada na distribuição da população economicamente ativa por ramo de atividade, como apresenta o quadro a seguir:

A oferta técnica turística<sup>4</sup> de Paraty apresenta uma taxa média de crescimento anual de 11,56%, considerando-se o período de 1975 a 2003. Em 1975, esta correspondia a um total geral de 20 estabelecimentos. Já no ano de 2003, existiam 406 estabelecimentos deste tipo no município (PDDT, 2003:108).

Esta oferta se distribui desigualmente pelo município, concentrando-se na região central. A macro-região sul, onde se localiza Trindade, também apresenta grande desenvolvimento neste sentido. De acordo com o PDDT de Paraty (PDDT, 2003:124), o centro histórico possui a maior capacidade de equipamentos de alimentação, seguido por Trindade, bem como concentra a oferta de unidades habitacionais dos Meios de Hospedagem 1 (80%). A macro-região sul é a segunda região em número de unidades habitacionais desse tipo (13%), perfazendo um total de 869 leitos, o que corresponde a 14,19% dos leitos existentes em Paraty.

	<b>Leitos estimados</b>
<b>Trindade</b>	650
<b>Macro-região Sul</b>	869
<b>Total Municipal</b>	6126

Quadro 3. Numero de leitos de Trindade Fonte: PDDT, 2003:118. Adaptado pela autora.

De acordo com o quadro, percebe-se que na macro-região sul, a oferta de leitos de meios de hospedagem 1 concentra-se em Trindade. Por outro lado, esta mesma região responde por 55,51% da capacidade

de barracas do município (meios de hospedagem 2), o que equivale a 61,03% da capacidade de campistas de Paraty.

As diferenças entre Trindade e região central, além da infra-estrutura existente, estão no perfil do turista e na oferta de atrativos. Na vila predomina o turismo baseado na tríade sol e praias e mar, enquanto na região central o turismo cultural é o segmento mais procurado pelos turistas (PDDT, 2003:281).

Observa-se se que o fluxo de turistas de Trindade é mais independente que o fluxo de outras áreas periféricas, em grande parte devido à existência de uma boa quantidade de meios de hospedagem (PDDT, 2003:35). A Vila de Trindade, ao lado do Sono e Ponta Negra, figura como segundo motivador à visita ao município, perdendo apenas para o centro histórico (PDDT, 2003:291).

### **Antecedentes históricos**

O município de Paraty, durante o ciclo do ouro, tornou-se entreposto comercial de significativo desenvolvimento, chegando a possuir o segundo mais importante porto do Brasil. Por este escoava para a Europa o ouro vindo de Minas Gerais (rota conhecida como Caminho Velho). Posteriormente, era escoado o café do Vale do Paraíba que, juntamente com a produção de pinga e derivados de cana, auxiliou no desenvolvimento da economia local.

A partir de 1725, com a abertura do Caminho Novo, “que a excluía do roteiro para as Minas Gerais, reduziu-se o seu comércio” (Enciclopédia dos Municípios, 1950: 359). Já em 1870, aberto um caminho ferroviário entre Rio de Janeiro e São Paulo, através do Vale do Paraíba, sua economia se viu ainda mais abalada (PDDT, 2003:30).

O colapso da economia de Paraty deu-se com a Abolição da Escravatura, em 1888, causando um êxodo populacional de grande dimensão: “dos 16.000 habitantes existentes em 1851, restaram, no final do século XIX, apenas 600 velhos, mulheres e crianças, isolando Paraty definitivamente por décadas” (PDDT, 2003:30).



Figura 6. Trindade aldeia antiga

A falta de comunicações terrestres contribuiu para o isolamento do município. Durante esta época, o acesso à Vila de Trindade se dava somente por mar ou, como relata moradores, feito a pé. Devido ao isolamento, as populações caiçaras passaram “a viver quase que exclusivamente de suas culturas e estratégias de sobrevivência”, tecendo as redes do modo de vida tradicional (Luchiari<sup>5</sup>, 2000:137).

A implementação da Rodovia Rio-Santos (BR-101), ocorrida no período de 1978-1985, inaugurou uma nova fase no município: depois do ouro e do café, o turismo, devido à preservação de seu patrimônio histórico e elementos naturais, passou a constituir, ao lado da agricultura e da pesca, o principal suporte financeiro.

Paraty passou, então, a receber um grande número de visitantes que buscava “a sensação de estar numa pacata vila colonial perdida e cercada por um paraíso natural” (Wilk, 1997:44). Ao lado deste fluxo, passou também a atrair empreendedores que investiam em diversos ramos da atividade turística, integrando-se o município à economia de mercado com a transformação de seu espaço em produto turístico, atendendo à demanda de lazer das populações urbanas.

A primeira vista, a atividade turística pode ser considerada estritamente benéfica, imprimindo uma nova dinâmica à economia local que, então, se

encontrava em estado de estagnação. Wilk, entrevistando D. João Maria de Orleans e Bragança, neto da princesa Isabel, que se instalou definitivamente em 1972 em Paraty, relata entusiasticamente o “desenvolvimento” proporcionado pelo turismo no município:

*O casarão real da Rua Fresca, de portas e janelas verdes, única construção residencial não-germinada da cidade, foi arrematado por uma ninharia de um nativo. Como, de resto, aconteceu com muita gente depois da abertura da Rio-Santos. Muitos cariocas e paulistas arrumaram a trouxa, compraram seu casarão colonial da mão de pescadores por uma pechincha, abriram pousadas, lojas e restaurantes e vão muito bem, obrigado (1997:44).*

Se, por um lado, a atração de empreendedores possibilitou a transformação e adequação de Paraty ao mercado turístico, trazendo consigo novo conhecimento e nova dinâmica, por outro, se deu mediante a marginalização da população local. Em passagem da reportagem de Wilk, tem-se um retrato da exclusão da população paratiense no processo de ocupação turística da região central do município:

*Já os paratienses nativos não moram mais no Centro Histórico e nem ao redor dele. Os que conseguiram garantir uma casinha perto do pedaço preservado pelo Patrimônio Histórico tiveram sorte. A maioria foi mesmo para a zona rural e para a vizinha cidade de Cunha (Wilk,*

1997:47).

De uma maneira geral, observa-se que o desenvolvimento turístico em Paraty está vinculado ao poder econômico, freqüentemente favorecendo grupos ou indivíduos de outras localidades e não englobando grande parte da população local. Meneses, nesse sentido, afirma que o município, “como bem cultural não é, para seu habitante, cidade boa para viver enquanto cidade, mas boa, enquanto cenário, para fruição dos proprietários, paulistas ou cariocas, de seus imóveis mais carregados de valor” (2002:98).

Os residentes das áreas periféricas ou mesmo aqueles que se dirigiram a essas áreas com o desenvolvimento turístico na região central, mais tarde (re)viveriam essa realidade. Alheio à ausência de instrumentos de incentivo ou reguladores do poder público, o turismo passou a se constituir, por um lado, em uma oportunidade de renda para essas populações e, por outro, em uma ameaça às suas estratégias de sobrevivência. Brandão trata desta questão aliada às mudanças culturais na Praia Grande do Cajuíba, zona rural do município:

*Dos velhos bailes de bate-pé, com dança de tamanca em piso de tábua, restaram apenas versos de canoa. (...) Não faltam sinais da morte iminente da cultura caiçara na Praia Grande da Cajuíba. Num recanto litorâneo ameaçado por violentas disputas de território, pelo turismo predatório e pela ausência do poder público, a grande vítima é o nativo: dos 87 caiçaras residentes na região até junho do ano passado, restam apenas 23* (2004:28).

Brandão (2004) se refere, em seu artigo, à assinatura de comodatos pelos caiçaras, em sua maioria analfabetos, efetivada por uma família que se diz proprietária da praia e que tem vetado o comércio na praia. A população ali residente, no entanto, tornou-se dependente deste comércio, possibilitado através do turismo.

À medida que o turismo avança pelo território paratiense, através do modelo excludente de desenvolvimento da atividade que vem se perpetuando, mais indivíduos se vêem ameaçados. São diversos os exemplos de conflitos

existentes entre poder econômico e interesse das populações locais, não raro, com a prevalência do primeiro.

Dentro desse cenário de marginalização dos paratienses, situa-se a Vila de Trindade. Na década de 1970, seu conjunto de sete praias, caracterizado pela cor esverdeada da água e rodeado pela Mata Atlântica, conquistou a atenção de uma multinacional. Esta pretendia construir na Vila um condomínio de luxo e passou a comprar terras dos nativos, muitas vezes mediante ameaça: “quando ela [multinacional] chegou, ela disse que isso aqui não era da gente, que a gente não tinha escritura. Eles diziam ‘se você não vender, a gente vai trazer o perito da companhia, vai botar valor nisso aqui e vai te dar o quanto a gente achar que tem que te dar’”, relata Saulo Alves da Associação de Moradores.

Muitos se recusaram a deixar suas casas. A multinacional enviou para área, então, jagunços armados, reclamando o direito de posse de terra, passando a destruir o pouco da área construída existente, desabrigando moradores (Pereira, 2001:11).

Em Laranjeiras, próximo à Trindade, a mesma multinacional construiria o luxuosíssimo Condomínio de Laranjeiras, um dos mais exclusivos condomínios do país. Nessa região, contrariamente à Vila, não houve uma luta pela terra: “Laranjeiras resolveram de maneira pacífica, porque não existia praticamente ninguém. Na Trindade eles passaram por uma questão mais agressiva, usando pessoas armadas, usando poder econômico”, relata Antônio Porto Filho, paratiense envolvido com a política municipal.

A população de Trindade conseguiu garantir o direito a terra na justiça, através da ajuda dos poucos turistas que, apesar do isolamento, freqüentavam a Vila. Estes instruíram e apoiaram aos moradores, conseguindo a divulgação da invasão na mídia nacional e internacional e a ajuda de um grande jurista, o Dr. Sobral Pinto (que hoje dá nome à rua principal de Trindade). Foi devido a essa articulação entre visitantes e população local que a Vila não deu lugar ao empreendimento. Em 1981, estabelecia-se

um acordo entre a multinacional e nativos, segundo o qual grande parte das terras ainda permaneceria sob poder da primeira. Porém, além do direito a terras, os nativos conquistaram a garantia da liberdade de acesso às praias. Qualquer empreendimento da multinacional não poderia, assim, privatizar espaços públicos, tampouco se diferenciar significativamente das construções locais, o que impede a existência de mega-projetos na Vila.

Após este acordo, deu-se início o processo de recuperação do lugar, da moradia, modo de vida e cultura local que, segundo Guadalupe Lopes, presidente da ONG local Caxadaço Bocaina Mar, não logrou êxito: “foi um processo doloroso, no qual os caiçaras conseguiram permanecer, mas teve uma ruptura cultural muito grande que mexeu muito com a auto-estima deles e seus valores”. Isso porque, paralelamente ao processo de recuperação da Vila, ocorria também o processo de desenvolvimento turístico, caracterizado por uma atuação deficiente do poder público.

### **Os reflexos do turismo na Vila de Trindade**

O desenvolvimento do turismo em Trindade se deu de forma diferenciada da região central. Enquanto esta percebia a atração de investimentos e o aumento da especulação imobiliária imediatamente após a abertura da Rodovia Rio-Santos, Trindade se encontrava, ainda, relativamente isolada. A razão está na distância da Vila da região central, totalizando 30 km, dos quais 22 km correspondem a um trecho da Rodovia Rio-Santos e 8 km se faziam por uma trilha. Somente após a construção do Condomínio de Laranjeiras, implantou-se uma estrada aproveitando-se o corte da trilha (PRT-101). Porém, tal via não foi asfaltada, ficando conhecida como Morro do Deus-me-livre, devido às suas curvas sinuosas, declives e aclives, bem como ao fato de que se apresentava uma estrada intransponível em dias de chuva.

Em 1999, esse trecho foi asfaltado por uma companhia telefônica que implantou uma espécie de subestação em Trindade.

De acordo com Leila Anunciação Oliveira, nativa de Trindade e atual diretora de Marketing da Secretaria de Turismo e Cultura de Paraty, este asfaltamento foi conquistado pela Associação de Moradores Nativos e Originários da Trindade, através do bloqueio à obra de implantação de fibras óticas que vinha sendo efetivada pela companhia telefônica.

A pavimentação do Morro do Deus-me-livre, ao lado da chegada da energia elétrica à vila, além de beneficiar aos moradores, contribuiu para o aumento considerável do fluxo de visitantes:

*Uma ladeira denominada “Deus me livre”, com uma inclinação fortíssima e totalmente enlameada selecionava naturalmente os freqüentadores. Hoje o asfalto e a iluminação elétrica chegou até a vila, aumentando bastante o número de turistas, grande parte vindo de Paraty para passar o dia. (...) os mais radicais já elegeram a Praia do Sono, a alguns quilômetros por trilhas ou barco, como novo refúgio contra a civilização moderna. Entre as duas, como que desafiando a ideologia vigente, está o luxuoso condomínio da Praia de Laranjeiras com suas belas mansões (Revista Scuba, 2003:22).*

A notoriedade adquirida pelo conflito com a multinacional na década de 1970 ensejou o processo de desenvolvimento turístico e melhorias como o acesso e iluminação proporcionaram o contínuo crescimento da atividade.

O aumento do fluxo turístico teve como conseqüência a atração de empreendedores de diversas localidades que se dedicam a atividades ligadas direta ou indiretamente ao turismo. Assim, o estilo das construções, organização dos serviços e composição demográfica vêm sofrendo profundas alterações. Como afirma Pereira, as casas de veraneio, pousadas, restaurantes e bares, feitas de modo desorganizado, “concorrem com as práticas comerciais dos nativos, aumentando o impacto de desordem social já bastante grave entre os nativos e novos residentes lá estabelecidos” (2001:7).

Nesse processo, a cultura caiçara passou a sofrer modificações significa-

tivas, enfatizadas por Guadalupe Lopes. Segundo ela, poucos antigos moradores da Vila “permaneceram dentro das atividades originárias: a pesca, o artesanato. A economia passou a ser o turismo, que é uma coisa que eles construíram, mas não sabem administrar”. Ela também cita, dentre essas mudanças, a alteração na alimentação, o contato com a poluição, violência, drogas, e novos costumes aos quais os caiçaras tentam se adaptar. Os benefícios, segundo Guadalupe Lopes, estão no contato com o dinheiro: “os valores eram outros, eles tinham um sistema de troca, todo mundo plantava, todo mundo pescava. Muitos deles acham que a vida de hoje é muito melhor. São os empresários, os que conseguiram se dar bem”. Porém, ressalta que a maioria não obteve o mesmo êxito.

Grande parte da população da Vila de Trindade, assim como em diversas áreas do município, vem sofrendo um processo de marginalização resultante do “desenvolvimento” proporcionado pelo turismo. Além do desconhecimento das novas formas de trabalho a população possui ainda desvantagens econômicas com relação aos empreendedores que vêm de outras localidades.

Não se trata aqui de criticar a atração de empreendimentos ou a mobilidade de indivíduos que vieram à Vila se dedicar ao turismo. Pelo contrário, em Trindade, tais empreendedores trazem consigo novo conhecimento e nova dinâmica à atividade. Muitos se envolvem na luta pela preservação das características locais e estabelecem relações mais que econômicas com a região. A distinção dos indivíduos que residem nos núcleos turísticos (população original e correntes migratórias) tem apenas a intenção de mostrar que os benefícios advindos do turismo à “população local” não são percebidos igualmente por todos que a compõem. Frequentemente estes benefícios atendem aos interesses de determinadas empresas e grupos dominantes e de indivíduos que estão mais preparados para participar desse processo de exploração turística, ficando à margem, geralmente por ignorância e inexperiência, aqueles que vivem

anteriormente nestes núcleos.

Outro ponto levantado por moradores é o superfaturamento dos preços de mercadorias básicas que promove o aumento do custo de vida em Trindade. Segundo o morador A.<sup>6</sup>, apenas o peixe é negociado mais barato: “somos turistas permanentes. Pagamos o mesmo preço que os turistas durante todo o ano”. A. critica também a tarifa de ônibus em Trindade (linha Trindade-Paraty), que corresponde ao valor de R\$ 5,00. Os moradores da Vila possuem uma carteirinha, lhes sendo cobrado R\$ 2,60 pela mesma passagem. Ainda assim, Gusmão afirma: “é o ônibus mais caro do Brasil”.

Os diversos problemas e alterações advindos do desenvolvimento turístico, bem como o direcionamento da população da Vila de Trindade à atividade, dão ênfase à necessidade do planejamento do turismo. A histórica exclusão da população no processo de ocupação turística no município de Paraty, por sua vez, destaca a necessidade de participação da população da Vila neste planejamento.

### **Planejamento Turístico e a Vila de Trindade**

A deficiência da atuação do poder público municipal em Trindade não só é apontada pela população da Vila como também é reconhecida pelo próprio poder público. Deve-se em grande medida ao foco do órgão oficial de turismo do município, a Secretaria de Turismo e Cultura, no desenvolvimento da atividade em torno do centro histórico paratiense. Tal realidade é confirmada pela atual responsável pela Secretaria, a turismóloga Valéria Mozzer.

A Secretaria de Turismo e Cultura de Paraty é responsável pelo planejamento estratégico e operacional da atividade turística. A atual gestão é apontada pelos moradores de Trindade como a que mais se empenhou no desenvolvimento turístico municipal. No entanto, os mesmos criticam sua atuação na Vila. Segundo eles, a população de Trindade participa muito pouco das ações de Paraty.

De acordo com Valéria Mozzer, não

existem registros de ações de planejamento turístico anteriores à atual gestão da Secretaria de Turismo e Cultura. Tal realidade denuncia a inexistência de vínculos entre uma gestão e outra, caracterizando uma descontinuidade do planejamento turístico e desperdício de informações que se perderam com a mudança de gestões.

Antônio Porto Filho, envolvido na política municipal há muitos anos e ex-secretário de Turismo de Paraty, diz não terem sido realizadas muitas ações de planejamento por parte do poder público em Trindade. Das ações catalogadas através do discurso do poder público e dos próprios moradores da Vila, identifica-se uma atuação voltada para a divulgação da mesma e iniciativas incipientes no sentido de organizar a atividade que ali se desenvolve. Dentre elas, cita-se a proibição de estacionar veículos na rua principal em feriados e no verão; criação da Rua das Artes para exposição de artesanato (não necessariamente artesanato local), evitando comércio desorganizado também na rua principal; implantação do Destacamento de Policiamento Ostensivo (DPO) no acesso à Trindade; sinalização do trevo de acesso à Vila e mais duas placas no interior da mesma; e distribuição de folheteria.

Grande parte dessas iniciativas se deu através do envolvimento e pressão populares. A criação da Rua das Artes se restringiu apenas à indicação de um local para venda de artesanato, não havendo um projeto ou investimentos adequados em infra-estrutura. Pôde-se presenciar, em dias de chuva intensa, a destruição das estruturas improvisadas pelos moradores. A sinalização é deficiente, complementada por iniciativas da população, encontrando-se, assim, desprovida de padrão e, ainda, provocando poluição visual em alguns locais. Segundo Leila Anunciação, existe a intenção de se aproveitar o trabalho realizado pela Escolinha de Entalhes existente em Trindade: “além de a comunidade ficar mais bonita, as crianças ganham com isso e a comunidade também”, afirma.

Com relação à divulgação da Vila, observa-se que esta não é acompanhada

por investimentos em infra-estrutura e capacitação da população envolvida com o turismo. Ainda, tendo em vista que a região central possui infra-estrutura e visibilidade maiores, muitos dos turistas que vão à Trindade apenas permanecem na Vila durante o dia. Com isso, reduzem-se os gastos dos mesmos no local.

Outra realidade que contribui para a redução da permanência e dos gastos do turista é a estagnação da diversificação da oferta turística em Trindade. Segundo Leila Anunciação, os serviços oferecidos na Vila se restringem à tríade “pousada, restaurante e lojinha”. No entanto, a população aponta como necessária uma efetiva capacitação da mão-de-obra local e dos pequenos empreendedores. Uma vez que os moradores não estão devidamente preparados nem mesmo para lidar com essa tríade, não é difícil imaginar que terão dificuldades em desenvolver outros serviços e atender outros segmentos do mercado turístico. Ressalta-se a importância da intervenção do poder público neste sentido. Por outro lado, são louváveis as iniciativas de muitos membros da população no sentido de desenvolver a atividade. A capacitação profissional possibilitar-lhes-ia, segundo relatos de moradores, maior inserção no processo de desenvolvimento turístico.

Tendo em vista o contexto em que se desenvolve o turismo em Trindade, de que maneira, então, a Vila alcançou a segunda colocação no ranking de atração de turistas do município? Seus atrativos naturais ao lado da criatividade local e de uma infra-estrutura razoável, apesar de rústica (que imprime um diferencial à Trindade, inclusive), atraem cada vez mais turistas. No entanto, esse fluxo é concentrado em determinadas épocas do ano (especialmente durante os períodos do Reveillon, Carnaval e Semana Santa e feriado de Sete de Setembro). Durante a alta temporada, a Vila de Trindade recebe número maior de turistas que efetivamente tem condições de comportar. O resultado é uma superutilização dos serviços urbanos, já deficientes para o atendimento à própria população. Segundo Leila Anunciação, a pavimentação do Morro do Deus-me-livre contribuiu para uma melhor distribuição



do fluxo turístico ao longo do ano. Ainda assim, a população se encontra dependente dos rendimentos da alta temporada, não permanecendo, entretanto, inerte mediante essa maléfica dependência.

Através da iniciativa dos moradores, a Secretaria de Turismo e Cultura incluiu dois eventos de Trindade no calendário de Paraty, visando atrair turistas em épocas de fluxo turístico reduzido. Dentre esses, chama a atenção o “Trindade em Festa”, evento que ocorre na mesma data em que se fez o acordo entre população de Trindade e a multinacional que na década de 1970 invadiu a vila. A organização do mesmo, segundo Leila Anunciação, é responsabilidade da Associação de Moradores Nativos e Originários da Trindade em conjunto com a população da Vila: “a Secretaria de Turismo estará dando o apoio necessário”, afirma.

Considerando-se as iniciativas do poder público acima citadas, pode-se prematuramente inferir que a população de Trindade possui grande participação nas mesmas. No entanto, se por um lado o interesse da população na organização da atividade se faz visível, por outro o interesse do poder público em alavancar esse potencial de envolvimento é obscuro.

### ***Participação da População da Vila de Trindade no Planejamento Turístico***

Toma-se como exemplo a aplicação do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT)<sup>7</sup>, elaborado pela Embratur em 1994 e aplicado em Paraty no final da mesma década. Tal programa, cujo pilar é exatamente a participação da população no planejamento turístico, não teve repercussões na Vila de Trindade. Nem mesmo as lideranças locais participaram de suas oficinas e grande parte da população não tem conhecimento do programa.

Em 2003, uma empresa de consultoria paulista elaborou o Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Paraty (PDDT), que passou a balizar as ações do poder público. Entrevistando lideranças da Vila de Trindade, verifica-se que estas também não participaram da elaboração do PDDT. Se as lideranças

locais envolvidas diretamente com o turismo não participam do planejamento turístico, não é de se admirar que grande parte da população não tenha nem mesmo conhecimento da existência do PDDT.

A elaboração desse plano por uma consultoria indica o fracasso do PNMT em seu objetivo final, que seria a criação de um plano estratégico de turismo pela própria população em conjunto com lideranças definidas pelo poder público.

Observa-se que a participação da população de Trindade no planejamento turístico municipal ocorre pontualmente, em ocasiões específicas e parte da iniciativa da própria população, ainda que a Vila se constitua em área de grande potencial turístico, de frequência nacional e internacional, e que o turismo tenha se tornado o esteio da economia local.

O abandono do poder público é evidente no que se refere à infraestrutura urbana. Se a população da Vila e o fluxo turístico sofreram aumentos significativos, os serviços urbanos, por outro lado, experimentaram poucos avanços.

Mediante a ausência de ações do poder público, os moradores de Trindade passaram a envolver-se de maneira positiva para intervir na realidade local. Porém, não obtêm apoio adequado dos governantes municipais: “a gente vai lá, conversa, reivindica tudo, mas eles não fazem muito. Você anda na Trindade e não vê obra da Prefeitura. Tudo o que a gente tem a gente ganhou”, afirma Saulo Alves.

As melhorias na Vila são mais que “ganhos”: são conquistas que vêm se perpetuando desde o conflito com a multinacional através de mobilizações e reivindicações da população. Outras são investimentos dos próprios moradores. Dentre suas ações está a disponibilização de um médico e enfermeira durante o Carnaval de 2004, mediante rateio em conjunto com a Associação de Moradores. Esta Associação é também responsável pela implantação de um sistema de água na Vila, ainda que de maneira improvisada.

Houve também a tentativa de se implantar uma rede de coleta de esgoto, iniciativa apontada como a ação do poder

público mais urgente pelos moradores entrevistados. Guadalupe Lopes diz que sua filha, devido a essa deficiência no saneamento urbano local, adquiriu uma doença e veio a falecer em 1997. Desta forma, iniciou-se em Trindade um levantamento de fundos para que fossem realizadas obras nesse sentido. Guadalupe relata o apoio externo adquirido pelos moradores: “o pessoal do Partido dos Trabalhadores de Santos mandou os técnicos, começamos a fazer a obra. Quando chegou em uma certa hora da obra a Prefeitura entrou. O Secretário do Meio Ambiente apresentou uma verba mirabolante e com essa verba desmobilizou a comunidade inteira. Todo mundo ficou por conta desse dinheiro. O dinheiro veio só a metade, ninguém conseguiu pegar o resto até hoje. E está aí abandonado, ninguém conseguiu concluir a obra”.

Outra iniciativa dos moradores se refere à coleta do lixo, realizada apenas duas vezes por semana, resultando em um acúmulo na alta temporada. Segundo Guadalupe Lopes, houve uma tentativa de se implementar a coleta seletiva na Vila: “colocamos coleta seletiva na comunidade, estávamos de parceria com a SOS Mata Atlântica, estava dando tudo certo. Fizemos um galpão, a comunidade estava separando, estávamos com um trabalho de educação ambiental. Tinha até uma cartilha. Mudou de governo, passou-se toda a coleta seletiva para as mãos da Prefeitura. A única coisa que a Prefeitura precisava fazer era organizar a coisa da coleta, buscar o nosso material. Ela não conseguiu fazer isso, o galpão começou a ficar uma monstruosidade. Acabou a coleta seletiva”.

Guadalupe conclui que a Prefeitura, ao invés de oferecer apoio à população, só a prejudica: “[a Prefeitura] quando quer ajudar, só atrapalha. E sempre pega na coisa pior que é o lixo e o esgoto. Não deixa a gente resolver, não dá uma força pra gente conseguir fazer isso”. Ainda, Guadalupe conclui: “até onde eles vão querer chegar? Acho que eles vão querer dar mais um tempo para destruir as comunidades, porque quem fica aqui somos nós. A população começa a ficar enfraquecida, doente, começa a vender

suas terras e pronto. Há um interesse por parte de Paraty em Trindade, mas não é com a comunidade que está presente. Ela quer para esse lugar uma outra história, para daqui a alguns anos. Mas um interesse com a comunidade em si, não sinto. Nenhuma prefeitura. Não é uma coisa deste governo. E é um lugar que tem uma importância histórica, é um lugar que deveria ser apoiado, porque tem uma resistência aqui dentro para poder permanecer onde nós estamos”.

O morador B concorda: “a Trindade como pólo turístico para cidade de Paraty não é muito negócio para o governo do município, porque eles querem imposto, arrecadação. E caixara não tem dinheiro para pagar imposto. Agora o pessoal de Laranjeiras, os magnatas, gente que tem grana pra implantar um condomínio desses é que pagam impostos, altos. Então para eles é negócio que os caixaras saiam daqui e venha para cá gente que tem grana. Se dependesse deles já não tinha mais essa comunidade aqui”.

Saulo Alves diz que, em 2003, a Prefeitura apresentou um projeto de criação de uma estrada-parque em Trindade. Assim, seriam cobrados R\$ 10,00 dos turistas para entrada a Vila. A receita seria destinada à Prefeitura Municipal de Paraty. A Associação de Moradores rejeitou esse projeto. Para Saulo Alves, a cobrança desta taxa poderia engendrar, por um lado, a diminuição do fluxo turístico na Vila, do qual os moradores são extremamente dependentes. Por outro, Saulo Alves afirma que seria uma forma de atrair um turista de maior poder aquisitivo e, sem capacitação profissional e melhoria da infra-estrutura, muitos moradores se veriam prejudicados: “o morador da comunidade não teria para quem vender o seu prato de comida, alugar seu camping, sua pousada”.

O projeto não foi aprovado, porém Saulo Alves relata que, em dezembro do mesmo ano, houve uma outra tentativa de implantá-lo: “ele [Prefeito] votou a mesma lei. Ele mandou uma pessoa cobrar aqui no alto no Carnaval. Na Semana Santa ele não cobrou mais, agora está parado”. Saulo reconhece a necessidade de enfrentamento de problemas advindos do

crescimento do turismo, porém completa: “o que adiantaria seria a gente ficar na Trindade e ser participante do que ele [prefeito] tem a fazer”.

A partir dessa realidade percebida pela ótica de muitos moradores, torna-se difícil o envolvimento da população com o poder público: “a comunidade está abandonada a tanto tempo que não acredita mais em nada. Então é difícil você articular uma reunião, organizar um curso”, afirma Guadalupe Lopes. Nesse sentido, ela ressalta a importância de se estudar o fator histórico da Vila. Além de passar por toda a questão da luta pela terra, o nativo teve uma difícil reconstrução de seu modo de vida que, sofrendo influência do turismo, passou por alterações profundas. Ainda, grande parte da população, embora envolvida com a atividade, não tem um conhecimento maior a respeito do turismo, o que vem ameaçando sua inserção no processo de ocupação turística.

É necessária a existência de uma política de inclusão que contemple a preparação e capacitação da população para o turismo. Como afirma o morador B, os habitantes de Trindade dedicam-se majoritariamente à atividade, tornando-se dever da Prefeitura apoiá-los no desenvolvimento da mesma. Ressalta que as atuais gestões da Prefeitura e Secretaria de Turismo e Cultura, ainda com todos os problemas, foram as que mais investiram no turismo: “mas ao mesmo tempo em que investe quer cobrar um preço muito alto. A condição é a comunidade se submeter ao controle deles. Queriam cobrar para controlar o fluxo turístico, mas primeiramente tem que investir na infra-estrutura do lugar. Novamente rede de saneamento, a educação, a preparação dos profissionais que trabalham com o turismo aqui para o turista vir e pagar por uma coisa que ele está recebendo: o conforto e a consciência de que o lugar está sendo preservado”.

Uma política de inclusão da população deve ser acompanhada por investimentos em infra-estrutura. É certo que muitas das deficiências existentes em Trindade aqui apontadas não competem diretamente ao órgão oficial de turismo.

No entanto, considerando-se que o turista depende desses serviços e provoca a superutilização dos mesmos, acredita-se que a Secretaria de Turismo e Cultura deveria somar esforços àqueles que cobram por melhorias nesse sentido. Ressalta-se que, como afirma Antônio Porto Filho, a Secretaria de Turismo e Cultura tornou-se a Secretaria mais importante do município, podendo contribuir para a mudança da realidade na Vila.

### Considerações Finais

O turismo em Paraty (incluindo-se o turismo de segunda residência) tem promovido significativa atração de investimentos ao município. Praias e ilhas, patrimônio da sociedade, têm se tornado áreas exclusivas da elite nacional e internacional. Em áreas menos exclusivas, porém bastante valorizadas, verifica-se a presença cada vez maior de indivíduos dos grandes centros.

A atração desses investimentos é associada à promoção do desenvolvimento do município: a decadente Paraty, ao ser “descoberta” pelo turismo, passa a reviver tempos prósperos. A adequação do espaço de Paraty (e tudo que esse espaço contém: suas populações e relações sociais) ao consumo das elites dá ao município uma simbologia vinculada ao status social de seus consumidores. Pouco se fala a respeito da marginalização da população local.

O “desenvolvimento” paratiense ocorre de maneira controversa: aqueles que sobreviveram aos períodos de decadência econômica não conseguem sobreviver ao “progresso”. Não parece existir o interesse em se elevar os níveis técnicos e de conhecimento da população para acompanhar esse processo de “desenvolvimento”. A sua função seria outra dentro da engrenagem da ocupação turística: a sua exclusão é mais lucrativa do ponto de vista dos interesses dominantes. A população é, assim, incorporada ao novo sistema de produção e consumo com papel distinto dos novos proprietários e produtores do espaço, bem como dos novos usuários (turistas). Constitui-se, quando muito, na mão-de-

obra barata empregada na nova economia.

A população de Trindade representa um movimento de resistência a essa realidade. Para os moradores da Vila, o “desenvolvimento” não é apenas obra dos detentores de capital ou do poder público. A despeito da ausência deste, a população de Trindade busca sobreviver intervindo na realidade local.

O abandono do poder público enseja o afastamento da população com relação ao mesmo. É preocupante a constatação de que, para muitos moradores, esse abandono é intencional. Seria uma crítica dos habitantes da Vila não exatamente à Secretaria de Turismo e Cultura, mas a toda Prefeitura, e não especificamente à atual gestão, mas também às gestões anteriores. Para eles, a Prefeitura teria sim interesse em Trindade, porém direcionado a grupos de hegemonia econômica que têm interesse na região e, portanto, não direcionaria esforços para que a população que hoje vive na Vila fosse beneficiada através do desenvolvimento da atividade.

De maneira geral, o modelo de desenvolvimento turístico exógeno, dependente de investimentos externos e excludente com relação à população local, é comum no Brasil. Diversas localidades que apresentam vocação natural para a atividade optam por esse modelo, passando a adequar seus territórios aos padrões de consumo da elite nacional e internacional. Ao mimetizar características de outras localidades, perdem, assim, exatamente os traços que originaram o fluxo turístico inicial. Seguem a padronização vigente da produção dos espaços turísticos. Desta forma, compreende-se a afirmação de Yázigi: “por toda parte, o que vejo são fragmentos de cidade grande espalhados pelo interior que, mais cedo ou mais tarde, tendem a deixar tudo igual” (2002:135).

A inércia à espera de investimentos que possam promover o desenvolvimento turístico parte de uma visão míope dos responsáveis pelo planejamento da atividade. Não se acredita à população dessas localidades, desprovida de maiores recursos financeiros e de conhecimentos

das formas de trabalho do turismo, a responsabilidade pelo desenvolvimento da atividade.

De fato, o desenvolvimento endógeno apresenta diversos desafios. Porém, ao se descartar essa hipótese opta-se por endossar os mesmos modelos excludentes baseados na exploração turística por grupos de poder econômico, obtendo, por um lado, resultados mais facilmente e, relativamente, em curto prazo. Por outro, a marginalização da população e deterioração dos indicadores sociais; a construção de um produto turístico desprovido de relação com o cotidiano da população local, receptáculo para o turista; a padronização dos serviços e aspectos urbanos; descaracterização cultural, dentre outros impactos negativos. A experiência turística deixa de ser o contato com a realidade local para constituir-se em contato comercial com um espaço “mercadorizado”.

A participação da população no planejamento turístico se apresenta enquanto diferencial estratégico no desenvolvimento da atividade. Através dessa participação, promove-se a construção de um modelo de ocupação turística, e não apenas a cópia e aplicação de modelos, comumente adotada por todo o país. Cria-se um produto que estabelece maior relação com a realidade local e com os interesses, desejos e valores da população.

Uma relação positiva entre turismo e desenvolvimento passa, primeiramente, por uma nova formulação no planejamento turístico, que implique uma visão mais humana que mercadológica da atividade, bem como na atribuição de novos papéis à população local. Além de servir à adequação e competitividade das localidades turísticas, o planejamento deve conceber uma política de inclusão da população no desenvolvimento turístico, especialmente em áreas mais sensíveis aos impactos negativos da atividade.

A Vila de Trindade representa a possibilidade de desenvolvimento turístico que contemple essa inclusão. Enquanto o modelo dominante excludente de ocupação turística não extingue qualquer capacidade de resistência local, perdura-se a oportunidade ao turista de

conviver com a cultura caiçara: ouvir histórias da “aldeia antiga”, como chamam os moradores a Vila antes do conflito com a multinacional; histórias do próprio conflito ou de piratas que teriam sido atraídos pelo ouro que de Paraty era transportado para Portugal; com sorte pode-se experimentar a comida caiçara ou acompanhar o cerco dos pescadores. Dentre os empreendedores, pode-se encontrar nativos da Vila. Dentre as construções existentes, pode-se observar técnicas utilizadas pela cultura caiçara, como nos ranchos de pesca transformados em barzinhos à beira-mar.

No entanto, tais traços se vêem, especialmente na alta temporada, em segundo plano, tendo em vista o crescimento desorganizado da atividade. Toma-se como atrativo apenas os elementos naturais da Vila que, diga-se de passagem, são de rara beleza. Isso porque o “turismo cultural” elegeu o centro histórico e seu rico patrimônio, embalagens de status dos novos empreendimentos, como cenário para se desenvolver. A cultura das áreas periféricas não tem merecido atenção equivalente, apesar de sua riqueza. Talvez essas áreas venham a alcançar destaque a partir da atração de novos empreendedores, retirando a população “incapaz” desse progresso, por seu despreparo e desvantagens econômicas, tornando-se apenas cenário desprovido de um conteúdo autêntico.

#### **ANEXO. Programa Nacional de Municipalização do Turismo**

O Programa Nacional de Municipalização do Turismo foi criado, em 1994, mediante a necessidade de articulação entre as diversas esferas de poder no planejamento turístico no Brasil, de maneira descentralizada. Parte do reconhecimento de que os processos de planejamento e gerenciamento devem se concentrar no plano municipal e de que as soluções e os caminhos a serem percorridos pela atividade devem ser encontrados pelos próprios moradores. Direcionou-se a localidades brasileiras consideradas potencialmente turísticas pela Embratur (Instituto Brasileiro de

Turismo, então órgão máximo do turismo no país).

Um dos objetivos deste programa seria, de acordo com a Embratur, despertar a sensibilidade dos residentes nos municípios para o fato de que apenas possuir atrativos, ou potencial turístico, não seria suficiente para que a atividade cresça e se desenvolva. Procura também estimular o reconhecimento da importância do turismo enquanto gerador de emprego e renda. Ressalta-se que nas diretrizes do PNMT não se faz menção à discussão dos potenciais impactos negativos da atividade junto à população a que se dirige o programa.

O PNMT orienta-se por cinco princípios gerais: descentralização, sustentabilidade, parcerias, mobilização e capacitação.

A descentralização consiste no fortalecimento do poder público municipal. A sustentabilidade contempla a compatibilidade dos aspectos econômicos, sociais, ambientais, culturais e políticos do município no desenvolvimento do turismo. As parcerias se referem à identificação de meios econômicos, técnicos e financeiros capazes de contribuir para o desenvolvimento da atividade. A mobilização, por sua vez, trata do estímulo à atuação da população na busca de alternativas e objetivos que possam orientar os projetos de turismo. Por fim, a capacitação se refere tanto a disseminação de métodos de gestão participativa quanto ao treinamento em serviços, e se dirige a pessoas envolvidas com a atividade no município.

Adotou-se a metodologia de enfoque participativo para formação de equipe técnica de operacionalização do PNMT. Esta se constituiria de Agentes Multiplicadores Nacionais, designados por instituições parceiras nacionais; Agentes Multiplicadores Estaduais, designados por instituições parceiras estaduais; Monitores Municipais, selecionados a partir dos quadros das Prefeituras Municipais e dos segmentos representativos da população local; Facilitadores Estaduais que sejam técnicos de universidades ou de outras instituições; e Monitor Municipal: esta

metodologia consiste em “Oficinas de Capacitação” compostas por grupos de trabalho em que todos os participantes, com base em perguntas ou em documentos orientadores, vão propondo a construção do conhecimento, a partir da realidade individual. No decorrer do processo, essa construção vai sofrendo ajustes, correções, sugestões e novas interpretações” (Diretrizes PNMT, EMBRATUR).

Desta forma, todos os envolvidos podem contribuir para a construção do conteúdo, eliminando conflitos e buscando o consenso do grupo, disseminando a informação e estabelecendo missões, etapas e tarefas práticas a serem cumpridas no desenvolvimento da rotina de trabalho (Diretrizes PNMT, EMBRATUR).

As oficinas do PNMT seriam conduzidas por um moderador que teria por missão estimular o debate, a cooperação e integração e introduzir recomendações e técnicas.

A elaboração da estratégia municipal de turismo seria a última das três fases do PNMT. A implementação do programa se daria, inicialmente, com uma fase de sensibilização e posteriormente com as oficinas de capacitação propriamente ditas. Nesta fase, propõe-se discutir, também, a criação do Conselho Municipal de Turismo e do Fundo Municipal de Turismo.

O Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), criado dentro do PNMT, é um importante órgão de gestão municipal, definido pela Embratur como Órgão superior de consulta da Administração Municipal, de caráter consultivo e deliberativo, para conjugação de esforços entre Poder Público e a Sociedade Civil, para assessoramento da municipalidade em questões referentes ao desenvolvimento turístico municipal, composto de vários segmentos organizados da sociedade.

Depois de finalizadas as fases acima descritas e criado o COMTUR, o município pode dar início à elaboração do Plano Municipal de Turismo. Esta se dará com realização de uma oficina na qual o Facilitador Municipal, com a co-moderação do Facilitador Estadual e o

apoio do moderador, conduzirá os trabalhos para a elaboração da Estratégia Municipal de Desenvolvimento do Turismo, centrada no enfoque participativo. Participarão desta oficina os membros do Conselho Municipal, pessoas envolvidas com a atividade turística e especialistas (Diretrizes PNMT, EMBRATUR).

No ano de 2003 ocorreram diversas alterações no plano federal que implicaram profundas mudanças em toda estrutura oficial de turismo. Criou-se, pela primeira vez na história brasileira, um ministério exclusivo para o turismo. Um novo Plano Nacional de Turismo (PNT) foi elaborado, contemplando o período de 2003-2007. Extinguiu-se o PNMT e criou-se, como programa de descentralização o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil.

O PNMT tem resultados, em muitos casos, questionáveis, tendo em vista a não concretização da última fase (descontinuidade do programa). Também é alvo de crítica por parte de alguns estudiosos no sentido de que muitos municípios, através deste programa, aplicaram recursos nas oficinas de treinamento e não obtiveram resultados esperados. Também recebe crítica o fato de que a metodologia adotada no programa é alemã, e não uma metodologia criada especificamente para o planejamento turístico no Brasil.

A participação da população perpetua-se enquanto um desafio recorrente do discurso político; porém, mesmo em programas como o PNMT, cujo foco central estaria justamente nesta participação, não foram obtidos, em municípios como o de Paraty, Rio de Janeiro, resultados práticos capazes de revolucionar o planejamento turístico nesse sentido.

### **Bibliografia**

- Brandão, Túlio.  
2004 “A Meteórica Agonia dos Caiçaras de Paraty”. *O Globo*. Rio de Janeiro, 29 de fevereiro de 2004.  
Enciclopédia dos Municípios.  
1950. *Paraty*.

- Luchiari, Maria Tereza D. P.  
2000 "Turismo e Cultura Caiçara no Litoral Norte Paulista". En Rodrigues, Adyr Balastrieri (Ed.). *Turismo. Modernidade. Globalização*. (pp. 136-154) 2ª ed. São Paulo: Editora Hucitec.
- Oliveira, Alexandra Campos.  
2004 *Turismo e População: Um Estudo de Caso do Planejamento Turístico Participativo na Vila de Trindade – Paraty/RJ*. Juiz de Fora: UFJF/DEP.TUR.
- Pereira, Francine Maria.  
2001 *Vila da Trindade, Paraty, RJ: Turismo Sustentável?* Santo André: Uni ABC
- Plano de Desenvolvimento Turístico do Município de Paraty.  
2003 Paraty.  
Revista Scuba.
- 2003 "Paraty: Turismo Aventura". *Revista Scuba*. São Paulo, 59: Vox Editora.
- Trindade.tur.br.  
[Online]. Disponível: [www.trindade.tur.br/praias.htm](http://www.trindade.tur.br/praias.htm). [14/03/2004].
- Wilk, Cindy.  
1997 "Parati: uma Cidade de Outro Tempo". *Viagem e Turismo*. São Paulo, 25: 42-53.
- Yázigi, Eduardo.  
2002 "Vandalismo, Paisagem e Turismo no Brasil". En Yázigi, Eduardo; Carlos, Ana Fani Alessandri y Cruz, Rita de Cássia Ariza da (Eds.). *Turismo: Espaço, Paisagem e Cultura*. (pp. 133-155) 3ª ed. São Paulo: Editora Hucitec.

## NOTAS

<sup>1</sup> Vale ressaltar que o conceito de desenvolvimento tem se submetido, não raro, majoritariamente à crítica econômica, assumindo o significado de crescimento econômico. No entanto, o crescimento da economia pode ocorrer sem que haja melhorias no quadro de concentração de renda e dos indicadores sociais, inerentes ao conceito de desenvolvimento.

<sup>2</sup> Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Paraty.

<sup>3</sup> Instituto Brasileiro de Geografia Estatística.

<sup>4</sup> De acordo com o PDDT (2003:102-103), a oferta técnica constitui-se das agências e operadoras de turismo, equipamentos complementares de apoio, equipamentos de alimentação e de entretenimento e recreação, equipamentos turísticos de apoio, meios de hospedagem I (meios de hospedagem hoteleiros e extra-hoteleiros, excetuando-se *campings*) e meios de hospedagem II (*campings*).

<sup>5</sup> Embora o estudo de Luchiari (2000) se refira ao litoral norte paulista, corresponde, nesse aspecto, à realidade histórica do município de Paraty.

<sup>6</sup> Os nomes de alguns moradores da Vila de Trindade foram omitidos para preservar a integridade dos mesmos.

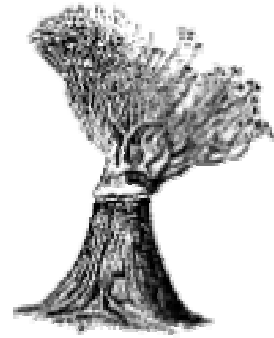
<sup>7</sup> Para maiores informações sobre o PNMT, ver anexos.

*Recibido: 11 de noviembre de 2004*

*Aceptado: 22 de diciembre de 2004*

**antropologiasocial.org**

Visita el web del Laboratorio de Antropología Social de la Universidad de La Laguna y la Asociación Canaria de Antropología. Pretendemos que nuestras páginas sirvan para asistir, en general, a todas aquellas personas interesadas por nuestra disciplina, aportándoles materiales docentes, esquemas de trabajo, apuntes y publicaciones relacionadas con nuestras líneas de investigación.



## CONTENIDOS

- El Laboratorio (programas de las asignaturas impartidas)
- Tutoriales de las materias:
  - » Antropología y Turismo
  - » Teoría y Método en Antropología Social
  - » Patrimonio cultural
- Publicaciones on-line sobre:
  - » Antropología y Turismo
  - » Patrimonio cultural
  - » Antropología Marítima
  - » Bibliografías Temáticas
- Web de la Asociación Canaria de Antropología, incluyendo los números publicados de su revista *"GUIZE"*

**Asociación Canaria de Antropología**  
(Islas Canarias)



## Turismo y desarrollo sostenible: el caso del centro histórico de la Habana – Cuba

**Eduardo Salinas Chávez** <sup>†</sup>

Universidad de la Habana (Cuba)

**Maite Echarri Chávez** <sup>‡</sup>

Archivo Nacional de Cuba

**Resumen:** La adaptación a los nuevos tiempos ha hecho necesario una ampliación de la visión sobre los Centros Históricos a nivel mundial, entendiéndose estos no sólo en su valor histórico, cultural y social sino también en su dimensión económica, ya que se trata de lograr un desarrollo integral autofinanciado que haga recuperable y productiva la inversión de restauración y conservación de los mismos. Históricamente La Habana Vieja se caracterizó por disponer de una importante red hotelera que junto a restaurantes, bares, cafeterías, comercios y otros servicios se distinguían en el ámbito internacional. El sector terciario constituye, por tanto, una de las fuentes principales para la diversificación de la base económica del Centro Histórico de La Habana tradicionalmente vinculado al carácter del mismo a través de su tipología y funciones. En esta investigación se abordan de forma holística las relaciones que se establecen entre los cambios generados por el sector turístico en su dimensión económica y la repercusión espacial que implican dichos cambios para el Centro Histórico de La Habana, para lo cual se han aplicado diversos indicadores como el Índice de Centralidad Turística (Biagini, 1986) y la Tasa de Frecuentación Turística (Defert, 1967) y se trabaja en la determinación de la Capacidad de Acogida Turística de las diferentes zonas del mismo.

**Palabras clave:** Turismo de Patrimonio; Centro Histórico de La Habana; Sectores funcionales; Indicadores turísticos

**Abstract:** Despite of tourism in Historical and Heritage Sites are a very old phenomenon and one of the first tourism activities realize by the society, however the role of this redeem in the social and economical transformation of urban spaces are scanty studied, and for these reason we need to develop a methodological and theoretical basis for the supporting the fast increase of tourism in Heritage Cities especially in Old Havana, Cuba, using also some indexes to understand the changes in the urban area under the pressure of new forms of tourism.

**Keywords:** Heritage Tourism; Old Havana; Functional sectors; Touristic indexes

<sup>†</sup> • Eduardo Salinas Chávez es doctor y ejerce en la Facultad de Geografía de la Universidad de la Habana (Cuba). E-mail: esalinas@geo.uh.cu

<sup>‡</sup> • Maite Echarri Chávez. E-mail: arnac@ceniai.inf.cu

## Introducción

Los sucesos acaecidos, a fines de la década de los 80, en la geopolítica mundial y sus efectos a esa misma escala provocaron en Cuba una crisis económica doblemente aguda. La búsqueda de soluciones rápidas y factibles a corto, mediano y largo plazo obligó a la recuperación de viejos espacios y al cambio de funciones en otros.

El turismo se vislumbró entonces como una salida adecuada. El reajuste de proyectos y el desarrollo de nuevos enfoques para la captación de turismo internacional posibilitaron el despegue económico de no pocos territorios.

La promoción turística del país se apoya en el reconocido privilegio climático y sus excelentes playas pero es indudable que no tuvo, en sus inicios, muy en cuenta su inapreciable legado urbanístico, arquitectónico y artístico. El patrimonio cultural se asumió fundamentalmente en sus aristas históricas y contemplativas, sin que se aprovechara a plenitud el valor de esos ambientes como atractivos para el turismo<sup>1</sup>, no así en Trinidad y La Habana Vieja que se mantuvieron vinculadas al sector turístico.

Históricamente La Habana Vieja se caracterizó por disponer de una fuerte red hotelera que junto a restaurantes, bares, cafeterías, comercios y otros servicios se distinguían en el ámbito internacional. El sector terciario constituye, por tanto, una de las fuentes principales para la diversificación de la base económica del Centro Histórico tradicionalmente vinculado al carácter del mismo a través de su tipología y funciones.

Lo que hoy conocemos como Centro Histórico es el área que comprende el casco fundacional y el borde monumental que se desarrolló en el ejido de las murallas, inscripto en el municipio Habana Vieja. Ocupa una superficie de 214 ha, con 242 manzanas, abrigando una población de 68 567 habitantes. Fue durante siglos la CIUDAD, por lo que puede entenderse hoy día como la unidad urbana más compleja que continúa reuniendo una gran diversidad de estilos, funciones y potencialidades, lo que hacen de él uno de los lugares de mayor centralidad reco-

nocida a escalas nacional e internacional e incluso en condiciones críticas de depresión económica se mantiene como polo de atracción donde destaca su polifuncionalidad y las fuertes relaciones laborales y culturales con la población.

Siguiendo la línea de los planes de desarrollo del país, donde la potencialización del sector turístico alcanza uno de los primeros lugares en la economía, los planes para el Centro Histórico integran los esfuerzos de restauración y rehabilitación bajo un enfoque de viabilidad económica dentro del cual la actividad turística juega un papel dinamizador y generador de recursos.

Acerca del Centro Histórico se han realizado numerosos trabajos que han abordado de una manera u otra la problemática que enfrenta el territorio. El reconocimiento de sus potencialidades como punto de atracciones turística, unido a la riqueza que conserva como conjunto de valores histórico-arquitectónicos y una población local que le confieren una identidad propias, conllevó a un proceso revitalizador integral donde la planificación y gestión del sector terciario, y en especial del turismo, permitieron la definición de lineamientos y estrategias que conformaron una estructura espacial primaria como base funcional y teórica para el desarrollo de los sectores antes mencionados. A partir de los resultados obtenidos y después de transcurridos tres años de acciones concretas es necesario abordar de forma holística las relaciones que se establecen entre los cambios generados por el sector turístico en su dimensión económica y la repercusión espacial que implican dichos cambios como pretendemos realizar en esta investigación.

Para esta investigación nos planteamos como objetivo general realizar un diagnóstico que partiendo del análisis de las estructuras espaciales permita la visualización de los cambios generados en el territorio por la actividad turística.

Los objetivos específicos planteados fueron:

- Utilizar indicadores socioeconómicos para el diagnóstico de la actividad turística.
- Realizar análisis espaciales que reco-

nozcan la influencia del proceso de reanimación turística en el ordenamiento territorial.

- Proponer una serie de medidas que permitan la optimización del producto turístico.

### Tareas

1. Recopilación y revisión bibliográfica sobre el tema y el área de análisis.
2. Diagnóstico de la actividad turística en función de enfoques espaciales y del análisis de indicadores socioeconómicos.
3. Integración de resultados de análisis de indicadores socioeconómicos y espaciales para establecer umbrales admisibles de acción en los programas de desarrollo.

### Metodología

Para el logro de los objetivos planteados se utilizaron, como punto de partida, la metodología aplicada para el análisis espacial por el Plan Maestro para la Rehabilitación Integral del Centro Histórico de La Habana y otros métodos como:

- Análisis multidisciplinario de la información
- Encuestas y entrevistas
- Análisis cartográfico
- Cálculo de índices espaciales
- Cálculo de indicadores socioeconómicos

El Centro Histórico de La Habana dispone de un Plan de Desarrollo Integral que cuenta para su realización con la participación de un equipo interdisciplinario de profesionales de diferentes entidades que han trabajado en el planeamiento del territorio tales como el Centro de Restauración, Conservación y Museología (CENCREM), y las instancias Nacional, Provincial y Municipal de Planificación Física, así como la integración de facultades universitarias y otros centros de investigación afines con los diversos temas de análisis.

Particularmente novedosa resulta la concepción del territorio como un geosistema, es decir, una unidad donde ocurren complejos procesos de interacción entre el medio físico, la población y la economía. Se introducen conceptos de monitoreo

participativo para establecer sistemas de alarma y la evaluación de impactos como mecanismos de protección.

Varias investigaciones catalogadas como necesarias herramientas para la toma de decisiones fueron realizadas a finales de 1995, entre las que se encuentran: "Diagnóstico sobre el transporte y la red vial", realizado por el Instituto de Investigaciones del Transporte; una simulación del tráfico en el territorio; la compilación de datos existentes sobre las redes técnicas; el inventario básico de transformación y deterioro; el Censo de Población y Vivienda Municipal; y una encuesta social en coordinación con la Oficina Nacional de Estadísticas. A ello se suman la Encuesta a la Población sobre la Actividad Turística (1996) realizada mediante métodos de muestreo y los Censos de Población y Vivienda, así como el de Usos no Residenciales los cuales se realizan en el año en curso (2001).

### Turismo de patrimonio

El patrimonio puede definirse, en el sentido más amplio, como todos los vestigios, ya sean tangibles o intangibles, del pasado. Incluye al paisaje natural, el medio construido, labores culturales, idioma, creencias religiosas y tradiciones culturales.<sup>2</sup> Los edificios y sitios históricos constituyen el ejemplo más claro del patrimonio arquitectónico. Sin embargo el patrimonio cultural incluye, además, a los sitios arqueológicos y los museos, los tesoros artísticos, tradiciones musicales, costumbres, folklore, celebraciones, actividades religiosas, costumbres sociales, patrones agrícolas, e incluso a la propia población local.<sup>3</sup>

A partir de la revolución industrial, debido al aumento del tiempo libre, la disponibilidad de ingresos y las mejoras en la movilidad, el volumen de los viajes turísticos aumentó de manera significativa, y dentro de ellos se manifiesta una creciente apreciación por visitar sitios que evoquen el pasado a lo que ha contribuido la posibilidad de acceso a dichos sitios y los mayores niveles de educación.

Investigaciones desarrolladas por especialistas europeos revelaron que, en términos de clases sociales, los trabajadores de áreas administrativas, especial-

mente profesionales y grupos intermedios, son quienes mayoritariamente visitan estos sitios.<sup>4</sup> Cabe señalar que el consumidor del patrimonio urbano por lo general no tiene hijos, pertenece a la elite de mayores ingresos, tiene un buen nivel de educación, realiza grandes gastos, se aloja en hoteles y presenta menores restricciones que otros visitantes en cuanto a estacionalidad.<sup>5</sup> Se determinó que las edades de los visitantes varían de acuerdo al tipo de sitio patrimonial: los adultos jóvenes y grupos familiares tienden a frecuentar castillos, parques, museos y galerías; otros adultos se sienten más atraídos por casas históricas y otros edificios patrimoniales.<sup>6</sup>

Samuel Johnson ve a las ciudades históricas turísticas como aquellas donde el turista “entra en la ciudad de noche, reconoce en la mañana y entonces apresuradamente va a otro lugar con una sorprendente confusión de recuerdos de palacios e iglesias”.<sup>7</sup> Pero la realidad muestra que es mucho más que eso.

Aunque los turistas consumen sólo una pequeña parte de la demanda total, muchos aspectos de la ciudad son importantes para la experiencia turística. Ellos buscan sentirse parte del lugar y al redescubrir el patrimonio valoran con nostalgia el pasado, buscan experimentar lo auténtico, lo que constituye una fuerte razón para emprender un viaje.

#### **El turismo en centros históricos. Sus particularidades en la ciudad de la Habana.**

Mundialmente los destinos de tipo cultural y entre ellos los de patrimonio son sitios cuyo principal atractivo lo constituye la monumentalidad y riqueza histórico-artística del espacio urbano: ciudades que han conservado sus centros históricos sin mayores modificaciones o con desarrollo armónico donde aún se pueden leer y encontrar las huellas de diversas épocas pasadas.

En el caso de las ciudades Patrimonio de la Humanidad, la ciudad en sí constituye el producto y atractivo central de esta actividad, y el turismo puede favorecer esta voluntad conservacionista, cumpliendo la doble función de proteger el medio y constituir el producto central.

El turismo en Centros Históricos tiene varias características propias<sup>8</sup>:

- Es mayoritariamente un turismo de corta estancia en el destino, ya que se comparte la visita con otros sitios y modalidades. La estancia media es reducida y existe gran cantidad de excursionistas que tan solo pasan unas horas en el.
- Es un turismo itinerante, de recorrido, lo que implica desplazamiento por el lugar; basa su acción en conocer sitios, que al estar distribuidos en el territorio generan rutas y recorridos para poder abarcarlos y conectarlos.
- La acción de los turistas está orientada al conocimiento y visita de lugares de interés cultural, artístico, histórico, y al consumo de servicios y productos con un fuerte carácter local.
- Al ser un turismo de paso, de corta estancia, la planta gastronómica y comercial adquiere más desarrollo que la planta de alojamiento. Los sitios de recreación tampoco alcanzan mayores dimensiones.

El desarrollo de la actividad turística en ciudades patrimoniales resulta positivo pues permite<sup>9</sup>:

- Revitalizar la ciudad
- Habilitar antiguas edificaciones
- Aumentar los servicios, valores sociales y ambientales
- Diversificar la oferta de sol y playa.

No obstante la carencia de instrumentos de planificación puede acarrear dificultades relacionadas con:

- Vanalización de la cultura
- Pérdida de identidad local al incorporar usos no vinculados tradicionalmente a la ciudad.
- Trastornos provocados por la ausencia de recorridos turísticos previamente establecidos.

Los Centros Históricos dentro del mercado cubano resultan suficientemente atractivos para el desarrollo del turismo, a la vez, la rehabilitación con estos fines tiene que responder a las necesidades de este mercado para garantizar la rentabilidad de la inversión.

El Centro Histórico de la Habana fue declarado Monumento Nacional según los preceptos establecidos en la Ley No.2, Ley de Monumentos Nacionales y Loca-

les, del 4 de Agosto de 1977.

A partir de 1980, desde la Oficina del Historiador comienza una escalada en el proceso de creación de una conciencia popular respecto a los valores culturales del Centro Histórico. Un año después el Estado proveyó de fondos a la Oficina para las inversiones en el proceso de restauración de del Centro Histórico, desarrollándose el mismo a partir de planes quinquenales, siguiendo una estrategia de concentración de las acciones en dos plazas principales: Plaza de Armas y Plaza de la Catedral y, en los ejes Oficinas, Mercaderes, Tacón y Obispo.

Inmersos en esta monumental tarea y teniendo en cuenta la obra realizada, la voluntad a favor de la salvaguarda, el valor patrimonial concentrado en el territorio y la importante gestión internacional en pro de la herencia arquitectónica y urbana, determinaron que en 1982 el Centro Histórico fuera declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO.

En 1990 comienza a sentirse en el país el impacto de la caída del bloque socialista con el consiguiente agravamiento de la situación interna, lo cual provoca una encrucijada: por una parte el Estado, que hasta el momento había subvencionado centralmente la recuperación del Centro Histórico, no se encontraba en condiciones de continuar financiando esta actividad ante el agravamiento de otros sectores de la economía; por otra parte reconocía la responsabilidad que significa salvar un patrimonio que no sólo pertenece a los cubanos sino a la Humanidad toda.<sup>10</sup>

### **La planificación en el centro histórico de la Habana**

Los primeros enfoques para La Habana Vieja, incluidos en el “Esquema del Plan Director de la Ciudad” de principios de los 70, señalaban la necesidad de fortalecer la multiplicidad de funciones que la habían caracterizado y así impedir que se convirtiera en un “barrio-museo”. De ese modo actuaron sobre el territorio varios planes y propuestas metodológicas entre las que podemos citar: “Plan Director de la Ciudad”(1976); “Lineamientos para el Centro Histórico”(1985); “Plan de Acción

Municipal”(1991); que seguían los derroteros de la planificación física a nivel internacional, basados en un “futuro ideal”, sin considerar la gestión del territorio en la obtención de recursos financieros, solución de problemas legales, administrativos, métodos participativos y otros mecanismos que garantizaran la integridad del territorio.

Era necesario un espacio de confluencia donde se efectuara un proceso de actualización, no sólo en el sentido de atemperar datos, sino también en el de incluir nuevos criterios acordes con los cambios que ha tenido el enfoque urbano a escala mundial. A partir de 1994, el Plan Maestro de Revitalización Integral de la Habana Vieja ha incorporado en su filosofía los conceptos más contemporáneos, basándose en los más recientes análisis aportados por el Grupo de Desarrollo Integral en el plan estratégico del grupo para el Desarrollo Integral de la Capital y por el Instituto de Planificación Física, con el Anteproyecto de “Ley del Suelo, el Ordenamiento Territorial y el Urbanismo”, de 1997.

Hoy la Oficina del Historiador cuenta con una estructura organizativa capaz de asumir las metas propuestas, para lo cual se implementaron tres grupos de trabajo:

- **Garantes de la Rehabilitación Física:** Grupo especializado de técnicos y empresas capaces de conducir el proceso de rehabilitación física. Incluye entidades como el Plan Maestro, responsable de planificar el desarrollo territorial integral tanto en el ámbito físico como en el social y, de concertar las diversas estrategias; Dirección de Arquitectura Patrimonial, que ejecuta los proyectos de edificaciones valiosas y controla la ejecución de obras; Dirección de Proyectos, que realiza los proyectos de arquitectura asociados, fundamentalmente, a las inversiones de Habaguanex SA. y de la Inmobiliaria Fénix SA. Participan además la Dirección de Viviendas, el Gabinete de Arqueología, la Empresa de Restauración de Monumentos, la Constructora Puerto Carenas, y la Comisión Provincial de Monumentos.
- **Garantes de la Proyección Sociocultural:** desarrollan proyectos dirigidos a

satisfacer las demandas prioritarias de los grupos sociales más vulnerables. Participan la Dirección de Patrimonio Cultural, ha incorporado a los museos y casas-museo nuevos proyectos: el aula y el museo, la atención al adulto mayor, apoyo a servicios culturales y recreativos, entre otros; la Agencia Empleadora, que conforma la bolsa de trabajo relacionada con las actividades de la Oficina del Historiador, capacitando al personal seleccionado. Incorpora también al Plan Maestro, la Oficina de Asuntos Humanitarios, y la Escuela Taller "Melchor Gaspar de Jovellanos".

- **Garantes de la Administración y Generación de los Recursos Financieros:** impulsan la economía local, por vía estatal, capaz de acelerar los procesos de rehabilitación. La conforman Habaguanex S.A, en la administración de hoteles y red gastronómica y comercial; la Agencia de Viajes San Cristóbal, que presta servicios informativos y promocionales y venta de paquetes turísticos; la Dirección de Patrimonio Cultural, que cobra los servicios especializados, asesoría y venta de publicaciones; además de la Dirección Económica, la Organización Económica del Museo de la Ciudad, el Grupo Negociador, la Inmobiliaria Fénix S.A, y la Inmobiliaria Aurea.

#### **Planificación de la actividad turística. Elementos de la estructura espacial.**

El espacio turístico es aquel en el que se desarrollan las actividades turísticas. Cualquier espacio geográfico es un potencial espacio turístico y tiene la capacidad de ofrecer ciertos bienes y servicios turísticos; sin embargo, no todos tienen la infraestructura necesaria, ni albergan el volumen suficiente de turistas como para ser considerados como tales.<sup>11</sup> Puede ser definido entonces como "la consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos que son la materia prima del turismo". Este elemento del patrimonio turístico, más la planta turística (equipamiento e instalaciones) (Boullón, 1985) es suficiente para definir el espacio turístico de un país o región.<sup>12</sup>

En su localización espacial y funcionalidad el turismo está relacionado con las áreas de mayor centralidad, de altos valores paisajísticos, históricos, arquitectónicos y, en algunos casos, ambientales y, a aquellos que ofrecen un patrimonio edificado propicio para el desarrollo de un equipamiento propio o complementario.

Es necesario apuntar que al igual que otras actividades socioeconómicas, la turística, no tiene como resultado la ocupación absoluta y homogénea del territorio. En general los atractivos turísticos son puntuales y aunque en ocasiones puedan abarcar áreas mayores (parques nacionales, reservas naturales, etc.) dejan importantes espacios donde se localizan otras actividades no turísticas entre ellos.<sup>13</sup>

El espacio turístico, dentro de los Centros Históricos, se vincula fuertemente a su estructura urbana. Los atractivos turísticos no pueden limitarse al conjunto edificado sino a los valores totales que conforman el entorno urbano. El aprovechamiento de todos los potenciales y el reconocimiento de éstos permite diseñar este espacio de manera coherente e integrado al propio sistema turístico<sup>14</sup>.

El Centro Histórico de La Habana está clasificado en sectores funcionales correspondiéndose los mismos con áreas diferenciadas por sus características tipológicas, funciones tradicionales y vocación que presentan bajo el presente proceso inversionista y revitalizador de actividades. Se estableció una división territorial que intentaba cumplimentar los objetivos siguientes:

- Proteger el territorio en aras del cumplimiento de sus principales planteamientos básicos, o sea: proteger y respetar la clara vocación residencial del Centro Histórico, avalado por la tipología edificatoria y por su historia.
- Potenciar el turismo y la terciarización en términos permisibles de usos y en áreas restringidas aptas para tales fines.
- Promover aquellos usos y funciones que logren un Centro diversificado teniendo en cuenta la disposición, costumbres y potencial físico para cada zona.

De tal forma el territorio quedó dividi-

do en ocho sectores funcionales, los cuales se identifican a continuación:

- T1- Catedral-Plaza Vieja: potencialidad para actividades turísticas y terciarias
- T2- Corredor Obispo-O'Reilly: potencialidad para actividades terciarias
- T3- Paseo del Prado: potencialidad para actividades turísticas y terciarias
- T4-Calle Muralla: potencialidad para actividades terciarias
- R1- "El Angel": residencial
- R2- "Belén-San Isidro": Residencial
- MR- "Cristo-San Felipe": Mixto – Residencial
- M- "Litoral Sur: Muelle de Luz Estación Central": Uso mixto.

El planeamiento de la actividad turística se desarrolla fundamentalmente en los sectores con intensidad terciaria, los cuales presentan las características siguientes:

**T1-** Vincula cuatro de las cinco plazas principales: Catedral, de Armas, San Francisco y Vieja. Presentan un marcado carácter histórico-cultural y predominio de instalaciones afines. Al contener también los parques de la Avenida del Puerto y la Aduana con sus espigones, en fase de consolidación, para el atraque de cruceros, le añade ofertas recreativas y el arribo sistemático de excursionistas.

**T2-** Calles históricamente comerciales, que unen la Plaza de Armas con el Parque Central, en un eje conector de fuerte direccionalidad.

**T3-** Incluye el Parque central, Capitolio Nacional, parte de la calle Monte y los parques de la Estación Central de Ferrocarriles. Presenta una estructura hotelera consolidada y en proceso de recuperación, edificios monumentales y el Paseo del Prado, conformando un conjunto urbanístico altamente cualificado. Puede asimilar un mayor flujo de turistas y una variada red extrahotelera.

**T4-** Predominan las edificaciones de grandes almacenes y antiguos comercios mayoristas, actualmente con un alto grado de deterioro y pérdida de funciones, ofreciendo un valioso patrimonio "industrial" favorable para su refuncionalización.

Nuestra investigación estará centrada

en los sectores T1, T2 y T3 ya que el T4 aún no se encuentra en fase de intervención y por ende no incluye actividades que permitan un diagnóstico en estos momentos.

El mayor provecho de la actividad turística dentro del Centro Histórico se alcanza cuando los usuarios permanecen en su entorno, visitan la mayor cantidad de lugares y consumen dentro del mismo. A veces, muchos visitantes entran al Centro, lo recorren en poco tiempo y salen sin generar mayores consumos; la misión consiste entonces en cómo organizar el destino como un producto integrado, atractivo, que favorezca la estancia y el consumo.

Teniendo en cuenta las premisas antes mencionadas quedaron definidos los elementos siguientes<sup>15</sup>:

*Focos:* son los sitios de mayor frecuentación turística provocando un fuerte consumo por parte de este sector de su propio espacio y entorno inmediato; se convierten en puntos de centralidad constituyendo el atractivo base de la zona generando acciones que terminan de consolidarlo. Se reconocen focos de primera y segunda categoría; los de primera por su carácter distintivo, único o central atraen a la mayor afluencia, son algo así como "*lo indispensable de conocer*"; mientras que los de segunda atraen a un turismo más especializado o de mayor estancia en el destino.

*Recorridos conectores:* son las vías que conectan los diferentes focos, o algunos de éstos, con los accesos y salidas de la ciudad, potenciándose a lo largo de estas actividades turísticas.

*Zonas de influencia:* constituye el área que se genera alrededor de los focos y en las inmediaciones de los recorridos conectores.

La estructuración conllevó a:

- La organización espacial del movimiento turístico integrándolo al desarrollo de la planta hotelera, la red extrahotelera, los servicios de apoyo y los espacios abiertos de forma coherente.
- La minimización del impacto que significa la afluencia continua de un número elevado de excursionistas

sobre las mismas áreas, al favorecer diferentes accesos y posibilidades de recorridos.

- El incremento de las zonas a rehabilitar gradualmente, fomentando el interés que genera esta actividad y estimulando los diferentes actores institucionales y comunales.

- La promoción de acciones complementarias en el orden de garantizar mayor seguridad, higiene y confort al visitante que se revierte en mejoras ambientales para la población residente.

Con el fin de organizar el destino como un producto integrado, atractivo, que favorezca la estancia y el consumo, la estructuración debe contemplar<sup>16</sup>:

- Que haya una buena relación espacio-tiempo evitando recorridos demasiado largos entre dos puntos, seleccionando las mejores visuales.
- Abarcar en el recorrido la mayor cantidad de atractivos intentando combinar elementos de diferentes categorías de uso.
- Lograr una buena distribución de la planta complementaria.
- Evitar crear zonas despobladas o con espacios públicos vacíos.
- Potenciar una imagen de conjunto evitando los cambios bruscos en el

medio físico y social.

- Información y promoción de los atractivos.

### **Análisis de las estructuras espaciales.**

#### **Sectores funcionales y su estructuración.**

La asimilación turística del territorio ha estado vinculada a diferentes actividades afines con la actividad terciaria, y en especial relacionada a los sectores funcionales con potencialidades para el desarrollo de las mismas tal como muestra la tabla 1.

De los 141 establecimientos, incluidos en los sectores analizados, el mayor porcentaje corresponde a los vinculados a las actividades culturales (37,6%), seguido por la actividad gastronómica (27,6%), que incluye restaurantes y cafeterías, los comercios que representan el 24,2% y finalmente las instalaciones de hospedaje con solamente el 10,6%.

La mayor cantidad de establecimientos se localiza en el sector T1, y representan el 51.1% de todas las instalaciones existentes en la actualidad, mientras que para los sectores T2 y T3 los porcentajes se mantienen relativamente proporcionales (24,1% y 24,8% respectivamente).

<b>Actividad</b>	<b>Sector T1</b>	<b>Sector T2</b>	<b>Sector T3</b>	<b>Total</b>
Hospedaje	9	1	5	15
Comercio	8	19	7	34
Gastronomía	17	8	14	39
Culturales	38	6	9	53
<b>Total</b>	<b>72</b>	<b>34</b>	<b>35</b>	<b>141</b>

Tabla 1 Total de Establecimientos por Sectores Funcionales. Fuente: Elaboración propia

Hemos considerado necesario además incluir el análisis de otros índices que permitan evaluar el impacto de la actividad turística a escala territorial como el Índice de Centralidad Turística ICT (Biagini, 1986), el cual puede ser aplicado tanto a recursos básicos (b) que son aquellos recursos que pueden ser utilizados por los turistas pendulares, como a los no básicos (nb), utilizados por los turistas

que pernoctan en la localidad, dígame alojamiento en general. Queda expresado en la fórmula:

$$ICT(b,nb)=\sum(Si Pi)$$

Donde:

Si- número de unidades funcionales de un determinado recurso

Pi- coeficiente de localización o rango,



(expresado en unidades adimensionales) según la fórmula:

$$P_i = 100 / \sqrt{T_i}$$

Donde:

$T_i$ - número total de unidades funcionales del servicio  $i$  en el área estudiada.

El ICT resulta un útil instrumento para detectar el impacto de la actividad turística en una red de asentamientos; es una explicación de la organización del espacio a partir de las relaciones que entre los elementos del sistema sugiere la jerarquía de los recursos turísticos. Además permite un proceso de verificación subsiguiente que incluirá el establecimiento de la jerarquía urbana a partir del volumen de frecuentación turística de los diferentes sectores y un trabajo de campo que, en forma de encuestas, habrá de verificar la gravitación espacial suscitada por la jerarquía funcional.<sup>17</sup>

En los recursos básicos se incluyeron aquellos relacionados con la oferta gastronómica, comercial y cultural.

El cálculo del ICT, arrojó los resultados siguientes:

SECTOR	ICT
T1	909.1
T2	512.2
T3	467.5

La jerarquía, en cuanto a este tipo de recursos, está liderada por el sector T1, seguido de T2 y finalmente T3. En cada caso los mayores aportes lo hacen, para T1 la actividad cultural (490,2), para T2 la comercial (296,4) y para T3 la gastronómica (242,2) lo que conlleva a determinar la especialización de cada sector.

Para la actividad de hospedaje, el ICT calculado muestra los valores siguientes:

SECTOR	ICT
T1	232.2
T2	25.8
T3	129.0

Se evidencia una jerarquización dominada por T1; sin embargo es preciso señalar que este índice no incluye el número de habitaciones o plazas lo que pudiera

conllevar a distorsionar la realidad. En nuestro caso, si bien el número de unidades funcionales de T1 supera a los de T3, el número de habitaciones de este último cuadruplica a las del primero. De ahí la necesidad de complementarlo con otro tipo de índice que incluya los indicadores antes mencionados.

A tales efectos decidimos incluir la Tasa de Frecuentación Turística (Defert, 1967), que parte de la fórmula:

$$TFT = L \times 100 / P$$

Donde:

L: número de camas turísticas en la localidad

P: población permanente en la localidad

Los resultados de esta formulación permiten establecer un muestrario tipológico a partir de umbrales de especialización funcional; permite además, considerado en su dimensión temporal dar cuenta de la evolución de las relaciones dinámicas entre la población residente y la turística.

En 1995 cuando comienzan los programas de desarrollo turístico, el Centro Histórico contaba con 489 habitaciones (978 camas, distribuidas en los sectores T1 y T3, 12 y 477 respectivamente), comprendiendo una población de aproximadamente 70280 habitantes, de los cuales 4480 pertenecían al sector T1 y 11200 al T3, de lo que resultan los TFT siguientes:

	TFT
Centro Histórico	1,38
Sector T1	0,54
Sector T3	8,5

Tanto para el Centro Histórico como para T1 los valores se encuentran en el límite inferior de la escala correspondiente a la mínima función turística, mientras que el valor para el sector T3 se encuentra más próximo al límite superior del propio rango.

El proceso inversionista conllevó a la migración de la población residente en los inmuebles a intervenir produciéndose un éxodo de habitantes cuyos valores disminuyeron en el orden de los 2000.

Hoy el Centro Histórico dispone de 994

habitaciones (1988 camas), correspondiendo 183 al sector T1 y 755 al sector T3, con una población de 68567 habitantes (3244 en T1 y 10152 en T3). El cálculo del TFT arroja los resultados que se muestran en la tabla siguiente:

	TFT
Centro Histórico	2,9
Sector T1	9,8
Sector T3	14,8

Si bien para el Centro Histórico el valor indica un ligero incremento se mantiene, al igual que en el caso anterior, en una mínima función turística; sin embargo a nivel de sector los valores registran un aumento considerable estableciéndose, para T1, en el límite superior que corresponde a la mínima función turística, y para T3 el saldo cuantitativo indica una tendencia a la semiespecialización en el sector.

Teniendo en cuenta que el proceso inversionista prevé la incorporación de 1175 habitaciones (2350 camas) y, por consiguiente, el desplazamiento de la población residente en los inmuebles a intervenir, es recomendable el seguimiento de la Tasa de Función Turística que permita establecer los límites de especialización de las estructuras espaciales a las que se incorporarán las habitaciones previstas.

La estructuración de los sectores funcionales reconoce:

- 7 focos de primera categoría (4 existentes, 1 en consolidación y 2 potenciales)
- 4 focos de segunda categoría (2 existentes y 2 potenciales)
- 10 recorridos, conectores o perimetrales, los cuales vinculan 8 puntos claves de acceso.

Tres de los actuales focos de primera categoría (Plaza de Armas, Plaza de la Catedral y Plaza de San Francisco), 1 potencial (Plaza Vieja) y 1 foco de segunda categoría potencial (Palacio de Artesanía) se localizan en el sector funcional T1, mientras que el sector T3 incorpora 2 focos de primera categoría actuales (Capitolio-Parque Central y Paseo del Prado) y 1 de segunda (Museo de la Revolución); el re-

sto de los componentes de la estructuración: Casa Natal de José Martí, Iglesia y Alameda de Paula y Plaza del Cristo, todos focos de segunda categoría potenciales, se encuentran vinculados a sectores de uso mixto y residencial mixto, los cuales admiten la incorporación de actividades terciarias adecuándolas a las características tipológicas existentes. Además incorpora puntos de interés, edificaciones y parques que deberán ser identificados de acuerdo al tipo de recurso.

### Focos de primera categoría

Cada foco está asociado a uno o varios atractivos que lo identifican. Abarcan distintos tipos de vocación entre las que se destacan: cultural, emblemático-religioso, comercial, polifuncional y residencial. Incorporan atractivos de alto valor cultural, recreacional, comercial y gastronómico, además de un sistema de plazas como elemento de concentración de dichos atractivos.

Implican imágenes urbanas asociadas a:

- Visuales de alto valor paisajístico relacionadas con el espacio abierto.
- Valores propios de la arquitectura y el urbanismo, sumados a los efectos de programas de rehabilitación y restauración, predominando una imagen recuperada, variada y atractiva.
- Predominio de actividades vinculadas al puerto limitando, hasta cierto punto, el disfrute de sus potencialidades.
- Rica y variada imagen derivadas de la calidad arquitectónica y la presencia del espacio abierto, donde el protagonismo del verde (expresado en sus espacios públicos) lo dotan de características distintivas en el conjunto del Centro Histórico.

La problemática ambiental reconoce situaciones debido a:

- Alto tráfico automotor que genera niveles considerables de ruido.
- Contaminación asociada a residuos de materiales de construcción y efectos de los programas de rehabilitación y restauración.
- Aglomeración de personas en horarios diurnos, fundamentalmente asociados a opcionales turísticas.
- Parques y espacios con acceso limitado

al público.

Estos focos, dado su nivel de centralidad, han sido priorizados en los programas de rehabilitación, por lo que predominan imágenes recuperadas, variadas y atractivas, coincidiendo con áreas limpias, con higiene comunal adecuada, con espacios verdes y abiertos que permiten el descanso y esparcimiento; además los focos de primera categoría existentes se han consolidado en sus funciones resultando imprescindibles para el desarrollo de los programas turísticos actuales.

### Focos de Segunda Categoría

Los focos de segunda categoría están identificados por un elemento distintivo, reconociendo tres tipos de vocaciones: esparcimiento, cultural y recreacional. Incluye atractivos vinculados a recursos histórico-culturales y socioeconómicos; mostrando una imagen urbana caracterizada por:

- Incorporación de imágenes singulares que combinan desniveles del relieve, irregularidad del trazado vial, cambiantes y atractivas visuales que proporciona un ambiente urbano de gran riqueza.
- Deterioro acumulado que afectan los valores urbanos a pequeña escala.
- Actividades portuarias que limitan las potencialidades paisajísticas y los valores ambientales de la Alameda de Paula y la Plazuela de Luz.
- Visuales enmarcadas por los perfiles del conjunto defensivo monumental Morro-Cabaña y los núcleos urbanos Casablanca y Regla.

La problemática ambiental está asociada a:

- Alto tráfico automotor y de transporte pesado debido a movimientos mercantiles del puerto y ferrocarril.
- Altos niveles de ruidos
- Acumulación de residuos domésticos que generan fuertes olores y la proliferación de vectores.
- Aglomeración de personas que provoca congestión y limitantes para establecer recorridos.
- Poca utilización de espacios públicos.
- Tráfico como elementos de cierre visual y vial.

Las áreas limpias y saneadas se vincu-

lan a espacios abiertos con presencia de vegetación y que están destinados al descanso, la recreación y el esparcimiento.

Las futuras inversiones a realizar en los focos potenciales, principalmente asociados al borde litoral del territorio consideran la rehabilitación y adaptación de espacios para el disfrute, la recreación y el esparcimiento los cuales funcionarán no sólo a escala de Centro Histórico sino que admitirán la vinculación del resto de la Ciudad; por ende la recuperación de servicios recreativos, culturales, comerciales y gastronómicos conllevarán a un desarrollo paulatino y ascendente en dichas áreas por lo que los valores añadidos permitirán el enriquecimiento de la oferta en dichos focos.

### Recorridos

Se clasifican en:

- Conectores: conectan los diferentes focos, o algunos de éstos, con los accesos y salidas del salida Centro Histórico.
- Perimetrales: rodean al Centro Histórico y sirven de enlace entre los puntos de acceso y salida.

Los recorridos tienen una marcada vocación residencial a la que se suman la comercial, gastronómica, cultural y administrativa. Incorporan espacios públicos, que en ocasiones son subutilizados (Alameda y Parque de Paula) o con acceso limitado (Jardines Diana de Gales y Madre Teresa y Plazuela de Paula), además de sitios históricos que son poco reconocidos (Restos de la Muralla y Arsenal).

Plantean problemáticas ambientales asociadas a:

- Tráfico de vehículos ligeros y pesados
- Movimientos peatonales que generan congestión
- Contaminación derivada de los efectos de programas de rehabilitación y recuperación
- Acumulación de residuales domésticos, sólidos y líquidos, que provocan proliferación de vectores
- Establecimiento de paradas de ómnibus.
- Deficiente higiene comunal

Los efectos de los programas de rehabilitación y la incorporación de plazas, parques y plazuelas brindan una imagen

variada y atractiva.

### **Producto turístico. Recursos histórico-culturales e infraestructurales**

Se define el producto turístico como el conjunto de bienes y servicios necesarios para el desarrollo de la actividad turística.<sup>18</sup> Está constituido por una diversidad de elementos que forman un todo indivisible, en los cuales se incluyen:

1. Un patrimonio turístico: formado por la oferta de carácter local, regional o nacional, que ejerce el primer atractivo sobre el turista; se corresponde con los recursos naturales, histórico-culturales y técnicos.
2. Un equipamiento definido: sirve para que el turista pueda hacerse una idea de las condiciones de hábitat, manutención y recreo que podrá disfrutar en un determinado lugar si se decide por esa opción específica. Este equipamiento es el que se reconoce, en sentido genérico, como oferta turística y en la que se incluye las instalaciones de hospedaje y restauración.
3. La facilidad de acceso al lugar turístico que estará definido por los costos de transportación.

Incorpora, básicamente, los recursos siguientes<sup>19</sup>:

- naturales
- histórico-culturales
- socioeconómicos
- infraestructurales

El recurso turístico puede ser definido como “cualquier facilidad que sea, o pueda ser, utilizada por los turistas” pero “como turistas necesitan de una amplia variedad de facilidades aunque realmente usan muy pocos”.<sup>20</sup>

Una división simple de los recursos es la distinción entre primarios y secundarios. Los primarios son los que atraen al turista y son el principal motivo de la visita; los secundarios constituyen otros recursos visitados durante la estancia. Esta distinción no implica, cuantitativamente, mayor intensidad de uso o de formas. Por el contrario, los visitantes vienen a las ciudades por sus atracciones primarias pero gastan su tiempo y dinero en las facilidades secundarias, las cuales están más localizables y se usan repetidamente; además, los primarios son crea-

dos o existen para el turismo pero los secundarios no.<sup>21</sup>

El Centro Histórico de la Habana es un espacio de atracciones turísticas pues conserva una extraordinaria riqueza de valores histórico-arquitectónicos, colorido y movimiento, una población local con sus hábitos y costumbres que le otorgan una identidad propia, convirtiéndolo en un destino de obligada visita que comprende los recursos siguientes:

- Histórico-culturales: museos, iglesias y conventos, parques y plazas, galerías de arte, teatros, sitios históricos y monumentos.
- Infraestructurales: hospedaje, gastronomía y comercio
- Socioeconómico: objetivos educativos, industrias, centros científico-técnicos.

Pero son los recursos histórico-culturales e infraestructurales los que se vinculan de manera directa a la actividad turística y en los que se centrará este estudio.

### **Recursos histórico-culturales.**

Desde la segunda mitad del siglo XIX, aunque la actividad turística no era considerada como tal, ya se reconocía una temporada (enmarcada entre los meses de noviembre y febrero) en la cual se desarrollaban con mayor esplendor las principales atracciones de la época: el teatro, el circo, los espectáculos, bailes, y en general, exhibiciones diversas.<sup>22</sup>

Se distinguía un núcleo concentrador, en la imprescindible Plaza de Armas, donde se realizaban retretas todas las noches, por una banda militar y en cuyos alrededores “*los cafés y casas de refrescos conservan su animosidad hasta las 10:00 o 10:30 en que cierran*”.<sup>23</sup>

Para entonces ya se habían fundado tres de los hoteles insignias de hoy: Santa Isabel (1867)\*, Inglaterra (1875), y el Florida (1885).

Desde entonces el Centro Histórico de la Habana es rico culturalmente. Hoy cuenta con:

- 24 museos y casas-museos
- 9 sitios históricos
- 9 iglesias
- 16 galerías de arte
- 3 teatros

- 3 librerías y bibliotecas
- 6 centros de promoción cultural
- 5 plazas principales
- 14 plazuelas y parques.

En su localización estos recursos están asociados a los elementos de la estructura espacial, según muestra la tabla 2.

	FOCOS DE PRIMERA	FOCOS DE SEGUNDA	RECORRIDOS	TOTAL
<i>MUSEOS</i>	7	2	15	24
<b>GALERIAS</b>	2	2	8	12
<b>SITIOS HISTORICOS</b>	2	-	5	7
<b>IGLESIAS</b>	3	2	4	9
<b>PLAZAS</b>	7	2	8	17
<b>OTROS</b>	3	-	6	9

Tabla2 Localización de Recursos histórico-culturales. Fuente: Elaboración propia.

El mayor porcentaje de los recursos histórico-culturales está vinculado a los recorridos (58,9%), seguidos por los focos de primera (31%) y finalmente, los focos de segunda, por definición sitios que atraen a un turismo más especializado y de mayor estancia en el destino, contemplan solamente 8 de los 78 recursos analizados (10,1%), por lo que la oferta en ellos puede considerarse reducida y poco variada.

Su distribución espacial indica una alta concentración y variedad en el sector funcional T1 lo que corrobora la marcada vocación histórica y cultural del sector.

Pero la oferta turística cultural no se agota con el patrimonio arquitectónico y urbanístico; la ciudad ofrece muchas posibilidades en relación con fiestas, eventos y programas culturales, entre otras, que son puestas a consideración para el mercado turístico.

En muchas ciudades históricas la oferta de festivales y eventos culturales de diferente índole resulta bastante limitada, como es el caso de Toledo en España, lo cual provoca una estancia reducida dentro del Centro Histórico de los turistas que en el pernoctan, debido a la ausencia de animación cultural, falta de difusión e inexistencia de una programación continuada.

La oferta de festivales y eventos del Centro Histórico de la Habana propone

una variada gama de opciones de carácter permanente o mensual, publicada a manera de boletín, que son efectuadas en diferentes instituciones adjuntas a la Oficina del Historiador de la Ciudad y que incluyen manifestaciones de artes plásticas, música clásica y popular, fotografía, artesanía, danza, teatro, exposiciones, literatura, infantiles, conferencias y conmemoraciones. Esta programación permite al turista disponer de una oferta adicional y que además contribuye a la diversificación del producto turístico.

A ello se suman actividades populares, que por su condición comunitaria, permiten la combinación de la población residente con la visitante, y al ser de carácter permanente posibilita su vinculación con el resto de la programación cultural.

#### **Recursos Infraestructurales.**

El Centro Histórico de la Habana posee una red hotelera, gastronómica y comercial que fue perdiendo calidad e incluso comenzó a desaparecer en la medida en que el deterioro y la decadencia se extendían en las zonas tradicionalmente dedicadas a estas funciones. El desarrollo turístico basa su esencia precisamente en la rehabilitación de esta red infraestructural.

#### **Oferta de Alojamiento**

El Centro Histórico cuenta con un sec-

tor hotelero especializado en turismo de ciudad que en los últimos cinco años ha experimentado:

- Crecimiento sostenido vinculado a la apertura de nuevos establecimientos
- Incorporación de modalidades acordes con el patrimonio arquitectónico y urbano.

Dispone de 994 habitaciones, agrupadas en 8 hoteles y 7 hostales, gerenciadas por las cadenas hoteleras Gran Caribe, Cubanacán, Horizontes y Habaguanex, a las que se suman otras 51, de las cuales 9

corresponden al CENCREM (especializado en turismo científico) y las restantes pertenecientes a arrendatarios y, aunque estas dos últimas tipologías presentan un bajo porcentaje de representación (5,1%), constituyen un componente diversificador de la oferta. Contemplan servicios relacionados con TV por cable, aire acondicionado, restaurante y taxi, sumándose en los hoteles cuatro estrellas el bar y en los de cinco estrellas el gimnasio y canchas de tenis.

ESTABLECIMIENTOS	CATEGORIA (en estrellas)	CANTIDAD	HABITACIONES
HOTELES	5	2	305
	4	5	516
	2	1	38
HOSTALES		7	104
OTROS			51

Tabla 3. Estructura de la Oferta de Alojamiento. Fuente: Elaboración propia

Como muestra la tabla 3 el mayor número de habitaciones corresponde a hoteles 4 y 5 estrellas (50,9 % y 30,2% respectivamente) lo que indica que es un turismo de medios a altos ingresos, seguidos por los hostales (10,4%) tipología identificada con las ciudades patrimoniales turísticas.

La distribución espacial demuestra una concentración de la tipología hostel en el sector funcional T1 y de los hoteles en el sector T3, en el cual se agrupan el 75,9% de las habitaciones existentes lo que demuestra que la vocación principal de dicho sector se encuentra vinculada al hospedaje.

Los hoteles están localizados fundamentalmente, en las zonas de influencia de los focos de primera categoría, mientras que los hostales se vinculan a los recorridos, agrupando estas estructuras espaciales el 53,3% y el 46,7% de la oferta, quedando desprovistos de la misma los focos de segunda categoría.

### Oferta Gastronómica y Comercial

Al cumplir los focos el carácter cultural de la visita, los recorridos pueden cubrir el aspecto económico convirtiéndose en sitios especialmente dirigidos al consumo, por lo que son las vías ideales para emplazar la oferta complementaria.

En efecto, en su localización, la oferta gastronómica y comercial se encuentra fuertemente vinculada a los recorridos, agrupando el 56% de los establecimientos analizados, seguidos por los focos de primera categoría que incluyen el 38,7%, mientras que en los focos de segunda la oferta es reducida, donde sólo es posible localizar el 5,3%.

En su distribución estos recursos evidencian una fuerte presencia de la oferta comercial en el sector T2 manifestando la vocación del mismo. La red gastronómica está especializada en comida árabe, italiana, internacional, criolla, española, oriental, de mariscos, mexicana, de cocina dietética y vegetariana, y heladerías. La red comercial incluye boutiques y centros comerciales.

Los recursos turísticos del Centro Histórico, tanto histórico-culturales como infraestructurales, son puestos a disposición de los clientes por la Agencia Receptora de Viajes SAN CRISTOBAL S.A. creada, en 1996, por la Compañía Turística Habaguanex S.A y como parte del proyecto de la Oficina del Historiador de la Ciudad, la cual juega un papel importante en la comercialización y en los servicios en tierra o receptivos, aunque no tiene un carácter solista.

Cuatro líneas fundamentales de trabajo distinguen a SAN CRISTOBAL:

- Organización de recorridos por el Centro Histórico y la Ciudad de la Habana
- Comercialización de una cuota de la línea hotelera de la Compañía Turística Habaguanex S.A
- Organización de programas individuales
- Organización de grupos de viajes de incentivo

Además pone a disposición del usuario los servicios siguientes:

- Programas turísticos a solicitud del cliente
- Eventos, excursiones especializadas y convencionales
- Cenas, cocteles y bodas
- Conciertos, espectáculos culturales y fiestas temáticas
- Buroes de turismo en los hoteles del Centro Histórico
- Renta de autos y transportación de pasajeros y carga
- Seguros de viaje y de representación en el territorio nacional
- Guías especializados en idioma inglés, francés, italiano, alemán, ruso y portugués.

La diferenciada propuesta de opciones, está sometida a las variaciones que el cliente decida, combinando una amplia gama de atractivos y ofreciendo alternativas relacionadas con la arquitectura, la arqueología o la cultura en general.

La dinámica de los programas de desarrollo turístico vinculados a las estructuras espaciales previstas para tales fines ha demostrado que las mismas han funcionado como base teórica y funcional para la rehabilitación de las actividades turísticas y terciarias.

## Conclusiones

1. La planificación de la actividad turística en el Centro Histórico de la Habana ha estado asociada a la definición de sectores funcionales y de estructuras espaciales que los definen.

2. Los sectores funcionales con potencialidades para actividades turísticas y terciarias y los elementos estructurales que los componen han constituido la base teórica y funcional para el desarrollo de los programas de rehabilitación y refuncionalización del sector terciario y turístico.

3. La asimilación turística del territorio se ha caracterizado por la explotación de recursos relacionados con las actividades de hospedaje, comercial, gastronómica y cultural.

4. El cálculo de índices espaciales permitió la clasificación de los sectores funcionales según los recursos existentes en los mismos definiendo las vocaciones siguientes: Cultural para T1, Comercial para T2 y Hospedaje y Gastronomía para T3.

5. La determinación de la Tasa de Función Turística reconoció que la incorporación de nuevas habitaciones, el aumento en el número de camas y el consiguiente desplazamiento de la población residente ha conllevado a establecer diferentes umbrales de especialización funcional para el Centro Histórico y los sectores funcionales en particular, evidenciándose aumentos cuantitativos que reflejan cierta tendencia hacia la semiespecialización en el sector turístico.

6. Los focos de primera categoría, dado su nivel de centralidad, han sido priorizados en los programas de rehabilitación, por lo que predominan imágenes recuperadas, variadas y atractivas, coincidiendo con áreas limpias, con higiene comunal adecuada, con espacios verdes y abiertos que permiten el descanso y esparcimiento, por lo que se han consolidado en sus funciones resultando imprescindibles para el desarrollo de los programas turísticos actuales.

7. Si bien los focos de segunda categoría implican imágenes urbanas y problemáticas ambientales que limitan la incorporación de actividades turísticas y ter-

ciarias en estos momentos, las futuras inversiones a realizar en los focos potenciales principalmente asociados al borde litoral del territorio, consideran la rehabilitación y adaptación de espacios para el disfrute, la recreación y el esparcimiento que conllevarán al desarrollo paulatino y ascendente en dichas áreas cuyos valores añadidos permitirán el enriquecimiento de la oferta en dichos focos.

8. Los recorridos mantienen una marcada vocación residencial, comercial y gastronómica, asociada a problemáticas ambientales negativas incorporando espacios públicos subutilizados y poco reconocida.

9. La distribución espacial y la localización de los recursos histórico-culturales indican una alta concentración y variedad en el sector funcional T1 y en los elementos estructurales que lo definen, mientras que la oferta se considera reducida y poco variada en los focos de segunda categoría.

10. Los recursos infraestructurales incorporan modalidades afines con el patrimonio arquitectónico y urbano asociándose los mismos a los recorridos y focos de primera categoría quedando desprovistos de los mismos los focos de segunda categoría.

## Bibliografía

Ashworth, G.

1992 "Tourism policy and planning for a quality urban environment: the case of heritage tourism", en *Tourism and the environment-regional economic and policy issues*. The Netherlands: H.Briassoulis, pp. 109-120.

Ashworth, G. & Tunbridge, J.

1990 *The tourist-historic city*. England: John Wiley & Sons,.

Ballart, J. y J. Tresseras

2001 *Gestión del Patrimonio Cultural*. Barcelona: Ariel.

Barras, F.

1925 *La Habana a mediados del siglo XIX*. Memorias de Antonio de las Barras, Madrid: Imprenta de la Ciudad Lineal, pp.24-48.

Barretto, M.

2000 *Turismo e legado Cultural*, Campinas: Editora Papirus.

Callizo, J.

1991 "Aproximación a la Geografía del Turismo", en *Espacios y Sociedades*. Madrid: Editorial Síntesis.

Carranza, F. X.

2003 *Los Instrumentos de Gestión Territorial del Turismo, Tema 1 Territorio y Turismo*, Barcelona: Master en Gestión Turística para el Desarrollo Local y Regional, CETT.

2003 *Los Instrumentos de Gestión Territorial del Turismo, Tema 3 Espacio Urbano*. Barcelona: Master en Gestión Turística para el Desarrollo Local y Regional, CETT.

Echarri, M.

1998 "Breve historia del mapa turístico de La Habana", en *Boletín del Archivo Nacional*, 11: 57-68.

2001 *Diagnóstico de la actividad turística en el Centro Histórico de la Habana*, Tesis en opción al Título de Master en Geografía, Medio Ambiente y Ordenamiento Territorial, Facultad de Geografía, Universidad de la Habana ( inédito).

Echarri, M y Salinas, E.

2003 "Turismo de Patrimonio en el Centro Histórico de la Habana (Cuba)" en A. Cappaci (Editor) *Paisaje, Ordenamiento Territorial y Turismo Sostenible*. Génova: Universidad degli Studi di Génova, pp. 69-80.

Ezagui, C.

2000 *Los principios del turismo moderno*, Caracas: Editorial Planeta Venezolana SA.

García, M.

*s/f Turismo y Medio Ambiente en ciudades históricas. De la capacidad de acogida turística a la gestión del flujo de visitantes*, Anales de Geografía de la Universidad Complutense, # 20, pp.131-148.

2003 *Turismo y Conjuntos Monumentales: Capacidad de Acogida Turística y Gestión de Flujos de Visitantes*, Editorial Tirant lo Blanch.

Habaguanex

2000 *Investigación de mercado hotelero*, Informe Inédito.

Hall, C. y Zeppel, H.

1990 "Cultural and Heritage Tourism: The new Grand Tour", en *Historic Environment*, 3/4: 86-89.

Herbert, D.

1989 "Leisure trends and the heritage



- market”, *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 6: 193-208.
- Hernández, R. y Loritz, L.  
1997 *Acercamiento al plan especial de desarrollo del turismo en las ciudades*. La Habana.
- Instituto de Turismo de España  
1996 *Turismo y desarrollo sostenible en las ciudades históricas con patrimonio arquitectónico monumental*, Madrid: Editorial Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y de la Pequeña y Mediana Empresa, Vol. II y III.
- Lago, M; Chacón, D. y Montes De Oca, A.  
1997 “Ciudad de la Habana”, *Revista Circuitos Turísticos, Boletín Informativo para Guías de Turismo*, la Habana, Centro de Información e Investigación en Turismo.
- Leal, E.  
1986 *La Habana Vieja: Patrimonio de la Humanidad*, Informe, La Habana.
- Martínez, A.  
2001 *Notas de clase del curso Turismo y desarrollo sostenible*, Facultad de Geografía, Universidad de La Habana.
- Milne, S y Tufts, S.  
1999 “Museums: a supply-side perspective”, *Annals of Tourism Research*, 26(3): 613-631.
- Molstad, A.; Lindberg, K., Hawkings, D. and Jamieson, W.  
1999 *Sustainable Tourism and Cultural Heritage. A Review of Development Assistance and Its Potential to Promote Sustainability*, Noruega: NWHO.
- OMT  
1991 *Seminar on new forms of demand new products*, Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Pearce, D.  
1999 “Tourism in Paris. Studies at the microscale”, *Annals of Tourism Research*, 26(1): 77-97.
- Plan Maestro  
1996 *Plan de Desarrollo Integral*. La Habana: Oficina del Historiador de la Ciudad.
- 1998 *Desafíos de una utopía*. La Habana: Oficina del Historiador de la Ciudad.
- Prentice, R.  
1993 “Tourism and heritage attraction”, *Turismo y Patrimonio Arquitectónico*, 6: 193-207.
- Prentice, R. y Thomas, C.  
1989 “The roles of historic sites and reasons for visiting”, en *Heritage Sites: Strategies for marketing and development*, Avebury: D.T.Herbert, pp.62-93.
- Regal, I. y Santamarina, J.  
1997 “El Patrimonio Cultural y el Turismo en Cuba”, en *Turismo cultural en América Latina y el Caribe*, UNESCO, ORCLAC, pp.116-120.
- Salinas E.  
2002 “Ordenación, Planificación y Gestión de los Espacios Turísticos: Aspectos teórico- metodológicos”, en A. Cappaci (Editor) *Turismo y Sustentabilidad. Un acercamiento multidisciplinar por el análisis del movimiento y de las estrategias de planificación territorial*. Génova: Universidad degli Studi di Génova, pp. 263-273.
- Santana, A.  
2003 “Patrimonios culturales y turistas. Unos leen lo que otros miran”, *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1(1): 1-12.
- Troitiño, M. A.  
2002 “Ciudades Patrimonio de la Humanidad: desafíos de interpretación, planificación y gestión turística”, en Blanquer, D. (Dir.) *Ordenación y Gestión del Territorio Turístico*, Valencia: Editorial Tirant lo blanch, pp.351-405.
- Troitiño, M. A. (Coord.)  
1998 *Turismo y Ciudades Históricas*, Numero Monográfico de la *Revista Eria* # 47, Departamento de Geografía, Universidad de Oviedo.
- Troitiño, M. A. y otros  
2002 *Afluencia y Perfil de los Visitantes de la Ciudad de Ávila*. Avila: Ayuntamiento de Ávila.
- Valéry, P.  
1997 *Tourisme et Patrimoine*. Paris : La Documentation Francaise.
- Villalba, E.  
1993 *Cuba y el Turismo*. La Habana: Editorial Ciencias Sociales.

## NOTAS

<sup>1</sup> Regal, I. Y J.Santamarina. 1997. “El Patrimonio Cultural y el Turismo en Cuba” En: “Turismo cultural en América Latina y el Caribe”. UNESCO. ORCLAC. p.116-120.

<sup>2</sup> Herbert, D. 1989. “Leisure trends and the heritage market”. En: “Estudios y Perspectivas en Turismo”. Canadá. Vol.6. pp.193-208.

<sup>3</sup> Hall, C.y H..Zeppel. 1990. "Cultural and Heritage Tourism: The new Grand Tour". En: Historic Environment. Vol.7. No.3/4. Pp.86-89.

<sup>4</sup> Prentice, R. 1993. "Tourism and heritage attraction". En: Turismo y Patrimonio Arquitectónico". Cánada. Vol.6. pp.193-207

<sup>5</sup> Ashworth, G. 1992. "Tourism policy and planning for a quality urban environment: the case of heritage tourism". En: Tourism and the environment-regional economic and policy issues. Ed.H.Briassoulis. Países bajos. Pp. 109-120.

<sup>6</sup> Prentice, R. y C.Thomas.1989."The roles of historic sites and reasons for visiting". En: Heritage Sites: Strategies for marketing and development. Ed.D.T.Herbert. Avebury. Pp.62-93.

<sup>7</sup> idem 5 .p.52.

<sup>8</sup> Hernández,Rita y Lorena Loritz.1997. "Acercamiento al plan especial de desarrollo del turismo en las ciudades". La Habana. 11 pgs.

<sup>9</sup> Martínez, A. 2001. Notas de clase del curso "Turismo y desarrollo sostenible". Facultad de Geografía. Universidad de La Habana.

<sup>10</sup>Plan Maestro. 1998. "Desafíos de una utopía" Oficina del Historiador de la Ciudad. La Habana. p.29.

<sup>11</sup> Díaz, J. 1993. "Geografía del Turismo". En: Geografía de España. Vol.12. Ed.Sintesis. Madrid. 152 pgs.

<sup>12</sup> Salinas, E. 2002. "Ordenación, planificación y gestión de los espacios turísticos". Genova La Habana.

<sup>13</sup> Idem ob.cit 12

<sup>14</sup> Idem ob.cit. 8

<sup>15</sup> idem ob.cit 8

<sup>16</sup> Idem ob.cit 8

<sup>17</sup> Callizo, J. 1991. "Aproximación a la Geografía del Turismo".

<sup>18</sup> Plan Maestro.1996. "Plan de desarrollo integral". Oficina del Historiador de la Ciudad. La Habana. p.52.

<sup>19</sup> Salinas, Er.2000. Notas de clase del curso "Geografía del Turismo". Universidad de la Habana. Facultad de Geografía.

<sup>20</sup> Ashworth, G y J.Tunbridge. 1990. "The tourist-historic city". Ed.John Wiley & Sons. Inglaterra. p.57

<sup>21</sup> Idem ob cit 18. p.60

<sup>22</sup> Echarri, M. 1998. "Breve historia del mapa turístico de La Habana". En: Boletín del Archivo Nacional. No.11. pp.57-68

<sup>23</sup> Barras, F. 1925. "La Habana a mediados del siglo XIX. Memorias de Antonio de las Barras". Imp.de la Ciudad Lineal. Madrid. Pp.24-48.

*Recibido: 11 de noviembre de 2004*

*Aceptado: 22 de diciembre de 2004*

Dos frutos de ouro às hordas douradas:  
turismo, grupos de status e estilos de vida em Ilhéus, Brasil

**Roque Pinto** †

Universidade Estadual de Santa Cruz (Ilhéus, Brasil)

---

**Resumo:** Este artigo procura discutir alguns aspectos relacionados com a hierarquia social e o turismo na cidade de Ilhéus, Brasil.

**Palavras chave:** Turismo; Cacau; Status; Ilhéus; Bahia; Brasil

---

**Abstract:** This article intends to discuss some aspects related with the social hierarchy and the tourism in the city of Ilhéus, Brazil.

**Keywords:** Tourism; Cocoa; Status; Ilhéus; Bahia; Brazil

---

---

† • Roque Pinto é Professor de Antropologia da Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, Bahia, Brasil. E-mail: roquepinto@uol.com.br

*“Negros rochedos crescendo no mar, contra seu flanco de pedras as ondas arrebatavam em espuma branca. Carangueijos de assustadoras garras surgiam de recônditas cavidades. De manhã e à tarde moleques escalavam ágeis a penedia, brincando de jagunços e coronéis...”*

Jorge Amado, em *Gabriela Cravo e Canela*

### **Introdução: situando Ilhéus, a capital da “civilização do cacau”<sup>1</sup>**

A cidade de Ilhéus se localiza na região sul do Estado da Bahia, Brasil. Surgiu como vila da Capitania de São Jorge dos Ilhéus, fundada em 1534, tendo adquirido o estatuto oficial de cidade em 1881. Apesar de ter abrigado oito engenhos de cana-de-açúcar no período colonial (Queiroz, 2002), a cidade só vai ter um relativo peso econômico entre os meados dos séculos XIX e XX, quando a região viveu uma época de opulência e fausto por conta da monocultura do cacau (*Theobroma cacao*).

O montante dessa riqueza pode ser verificado pelo fato de que, em alguns momentos, o sul da Bahia chegou a responder, isoladamente, pelo segundo lugar na produção e exportação mundial do “fruto de ouro”, como se diz localmente. Hoje, cerca de 80% de toda a produção brasileira de cacau vem dessa região<sup>2</sup> (Ceplac, 2004). No plano estadual, o cacau foi o principal produto de exportação da Bahia no século XX até a década de 1970 (Guerreiro de Freitas e Paraíso, 2001: 100).

Mas após uma queda em ritmo lento causado pela combinação de vários fatores, como o aumento de produtividade em outros países e a queda no preço do produto no plano internacional e, internamente, a praga vassoura-de-bruxa e problemas ligados ao crédito e financiamento do produtores, Ilhéus vê, a partir da década de 1980, a crise da lavoura cacauzeira adquirir contornos dramáticos. É quando a cidade começa a pensar alternativas econômicas, dentre elas o turismo (Cerqueira, 2002).

A cidade pautou sua estratégia para o turismo em função do nome do escritor Jorge Amado, autor que deu visibilidade nacional e internacional à cidade através de

romances como *Cacau*, *Gabriela Cravo e Canela*, *Terras do Sem Fim* e *Tocaia Grande*, que retratam a saga dos “coronéis do cacau”, desbravadores que vão constituir verdadeiros potentados locais, ocupando os mais importantes postos políticos e mantendo suas oligarquias por força dos “jagunços”, capatazes à frente de milícias privadas a serviço dos coronéis, descendentes dos primeiros conquistadores que têm uma força quase que de mitos fundadores nessa região que se auto-intitula de “civilização do cacau” (Adonias Filho, 1976).

Com efeito, Ilhéus procura se vender para o turismo como “a terra de Jorge Amado” ou “a terra de Gabriela, Cravo e Canela”, um de seus personagens mais notórios em livro homônimo. A narrativa amadiana sobre a região ressalta as lutas intestinas entre os baronetes do cacau, o amálgama cultural derivado do grande contingente de “turcos” – categoria local que identifica os imigrantes sírios e libaneses que se instalaram sobretudo no comércio – e a sensualidade “morena” nativa (ver os sítios na internet: Portal Bahia, 2004; Costa do Cacau, 2004; Brazilian Incentive & Tourism, 2004; Ilhéus Amado, 2004).

Sob o ponto de vista midiático, a imagem pública de Ilhéus vai sendo moldada desde a década 1970, principalmente através das adaptações das obras de Jorge Amado para o cinema e para a TV com seriados e telenovelas, configurando-se num merchandising turístico nunca visto no país sobre uma região específica. Assim, a “história e a cultura” locais se configuram como os principais elementos atratores de visitantes, como definem os gestores do turismo na cidade.

Na perspectiva do planejamento no nível estadual, Ilhéus é o destino-âncora da *Costa do Cacau*, produto turístico que engloba, no sul do estado, os municípios de Canavieiras, Ilhéus, Itacaré, Una, Uruçuca, Santa Luzia e Itabuna. O marketing turístico de Ilhéus e das suas cidades satélites, seguindo as diretrizes do órgão oficial de fomento ao turismo da Bahia, a Bahiatursa, tem passado a focar o ecoturismo, o turismode aventura e o turismo rural, mas gravita, sobretudo, ao redor da

temática amadiana do cacau e do idílico.

### Nós e eles

Ao estrangeiro que passa ou ao adventício que se instala em Ilhéus e que tenha uma percepção mais apurada do mundo social – aquilo que o antropólogo brasileiro Roberto Damatta chamaria de *anthropological blues* –, perceberá sem muita dificuldade dois pontos de tensões bem marcados na cidade.

Um ponto é derivado da recente diminuição da distância social e econômica entre a elite agrária local e a grande massa de trabalhadores rurais e urbanos, por conta do empobrecimento geral com a crise cacauera. O outro ponto, deriva de um misto de antipatia e desconfiança que o ilheense nutre em relação aos “forasteiros” (categoria pejorativa local), um sentimento às vezes mal disfarçado, às vezes franco, mesmo<sup>3</sup>.

Uma circunstância recentemente registrada por uma informante bem ilustra a relação entre visitantes e anfitriões em Ilhéus. Num domingo à tarde, cerca de vinte pessoas em grupo, a maioria turistas vindos do sul do Brasil, bebem desde cedo numa barraca de praia. Mais ou menos às 16:00, quando estavam discutindo o que iriam escolher como almoço, os funcionários da barraca começam a empilhar as cadeiras e recolher as mesas.

Um dos presentes indaga se o estabelecimento já está a fechar. O funcionário lhe diz: “não, não estamos fechando não. Não se preocupe, fique à vontade.” Mas lhe dá as costas e continua a empilhar as cadeiras e a encerrar o balcão. “O senhor está fechando a barraca?” pergunta outro conviva. Ao que lhe foi respondido: “não, agente só está esperando por vocês...”.

Prontamente os jovens pediram a conta e foram embora. Segundo a entrevistada, haviam já tomado umas setenta garrafas de cerveja e pretendiam almoçar lá. Comeram num outro restaurante, pagando uma conta de cerca de R\$ 300,00<sup>4</sup>.

### Grupos de status e estilos de vida

Esses “instantâneos” acima retratados dizem algo sobre a cidade e sua relação

com “os de fora”, incluindo aí turistas, veranistas e adventícios. Talvez revisitando alguns conceitos da literatura sócio-antropológica ligados à temática do status possamos refletir mais detidamente sobre a conjuntura ilheense atual e suas inter-relações com o mundo do turismo.

Como é sabido, desde o começo do século XX que o tema da divisão da sociedade em grupos separados por privilégios e demarcados por padrões de comportamento e de consumo vem se configurando como um importante eixo de reflexão para as ciências sociais. A estratificação das sociedades pela fruição de bens simbólicos tem sido objeto de investigação desde pelo menos Thorstein Veblen (Veblen, 1987 [1899]) e Max Weber (Weber, 1969 [1910; 1914; 1922]).

Seguindo a tradição weberiana, o status pode ser definido como uma posição social pela qual indivíduos e grupos são avaliados através de critérios culturalmente definidos, segundo percepções comuns da importância relativa de cada sujeito na sociedade, determinando-se as posições hierárquicas a partir do cálculo sutil do valor que cada indivíduo atribui aos outros e a si mesmo (Turner, 1989).

Desse modo, verifica-se que, se por um lado, o poder econômico e o prestígio são características quase complementares, por outro, a riqueza material não indica necessariamente uma alta posição de status, como bem demonstra a literatura sócio-antropológica sobre a economia do prestígio.

De fato, para Weber (Weber, 1969: 471 seq.), a riqueza econômica não seria o único critério de influência e poder. Ao se voltar para os letrados chineses, ele demonstra que o prestígio derivado da educação, sobretudo no acesso aos quadros administrativos do Estado através de exames rigorosos, era um bem simbólico mais importante do que a riqueza material naquela sociedade.

Nessa perspectiva, a posição de status – *Ständische Lage* – se fundamenta num estilo de vida peculiar, na educação ou no prestígio mundano, que pode ser representada pela comensalidade, pela fruição monopolista de riqueza e poder, pelo

matrimônio e por convenções ou rituais que demarcam a distância entre indivíduos e grupos na complexa politomia social.

Em “Economia e Sociedade” (Weber, 1994), dentre as várias noções de status e prestígio que Weber nos oferece, destacam-se as funções históricas e sociais dos grupos ou comunidades de status que apresentam características semelhantes, como estilo de vida, sistema moral, linguagem ou orientação religiosa comuns.

Segundo ele, os caracteres culturais compartilhados por cada grupo derivam de ações organizadas que objetivam a manutenção ou ampliação de benefícios e privilégios, conformando a sociedade mais ampla em hierarquias que tendem a criar, preservar e distribuir diversas formas de monopólio, exclusão e reprodução.

Dessa forma, os grupos de status seriam compostos por sujeitos que reivindicam com êxito um atributo específico dentro de um meio social mais amplo e gozam de determinados privilégios. São grupos que necessitam da reprodução de um estilo de vida exclusivo e são orientados para assegurar seus monopólios contra estranhos e ampliar seus benefícios em referência a outros grupos próximos ou superiores através da usurpação e do distanciamento social, visando excluir concorrentes na fruição desses privilégios.

Esses grupos procuram se reproduzir via mecanismos educacionais, visando principalmente impedir a mobilidade social de estranhos e explicitar sua exclusividade e particularismo no acesso privilegiado a recursos escassos, particularmente os bens simbólicos. Portanto, nessa perspectiva, contrastando com os grupos de status, as classes seriam apenas agregados de indivíduos unidos por relações econômicas.

Para a sociologia weberiana a restrição social, mecanismo que permite a preservação ou maximização de benefícios para os membros de alguns grupos solidários, relaciona-se com o estilo de vida na medida em que representa um conjunto de práticas reconhecidamente distintivas dentro de uma sociedade, como o vestir, o falar, a gestão da aparência e das características corporais, dentre outras.

É nessa perspectiva que se pretende aqui discutir algumas tipologias de turistas, revisitando certas noções já

consolidadas (como estilo de vida e grupos de prestígio) e outras mais recentemente estabelecidas na teoria social (*habitus*, cultura de consumo) que, de algum modo, não se apartam de uma matriz clássica na temática da economia do prestígio e que podem contribuir para a discussão sobre as hierarquias sociais e as segmentações no mundo do turismo.

É no bojo das discussões sobre as práticas classificatórias nas sociedades contemporâneas que Edward Shils desenvolve a noção de *deferência* significando aproximativamente status social. Segundo ele, certas características atribuídas a uma pessoa ou a categorias de pessoas evocam atos formais de deferência. Shils chama de habilitações as características ou propriedades que inclinam os indivíduos à prestação dessa deferência. Tais habilitações incluem:

“função e realização profissional, riqueza (de naturezas diversas), rendimento e seu modo de aquisição, estilo de vida, nível de educação atingido, poder político ou corporativo, proximidade a pessoas ou funções que exerçam poder político ou corporativo, conexões de parentesco, etnia, capacidade de ação em proveito da comunidade ou sociedade em relação a comunidades ou sociedades exteriores, e a posse de ‘reconhecimentos objetivos’ de deferência, como títulos ou postos.” (Shils, 1992: 422).

De acordo com o autor, o estilo de vida e a função profissional são as habilitações à deferência mais significativas, posto que são as práticas mais visíveis na sociedade. Desse modo, a vida social pode ser pensada como uma série de hábitos estruturados e constituídos por um conjunto de práticas, tendências e gostos que são enformados de acordo com a percepção individual do espaço social.

E, como se sabe, cada vez mais no mundo contemporâneo o estilo de vida é identificado como estilo de consumo, no âmbito daquilo que alguns autores classificam como *consumer culture*. Portanto, quando se fala em “cultura de consumo” privilegia-se o âmbito das mercadorias (e serviços) nos seus princípios de estruturação/estratificação.

Nesse sentido, nas sociedades ocidentais ou recentemente ocidentalizadas o uso de

“bens posicionais” – balizas do estilo de vida – é influenciado pela taxa de produção de novos bens, delimitadores do status social. A constante oferta de mercadorias novas impele os níveis superiores a investir em bens informacionais, a fim de manter a distância social original, já que os grupos mais baixos buscam, por sua vez, aproximar-se dos de cima através do consumo dos bens atribuídos aos primeiros<sup>5</sup>. A esse aspecto das sociedades ocidentais individualistas Mike Featherstone chama de *paperchase effect* (Featherstone, 1995: 38).

Assim, à medida que os bens escassos ou limitados passam a ser comercializados para uma população mais ampla ou começam a ter valor mais baixo no mercado, a inflação é constantemente reintroduzida pela oferta de novos bens. Desse modo, o campo cultural pode ser visto como um espaço de fortes tensões (de “lutas de classificações”) simbólicas com uma lógica própria que, em certa medida, reflete as disputas políticas e econômicas dentro da economia e do Estado. (Cf. Turner, 1989: 108).

Se o consumo demarca e reflete as distinções sócio-culturais, a fruição dos serviços de lazer e entretenimento são ainda mais emblemáticos. Afinal, se os indivíduos classificam e são classificados pelo modo como despendem seu tempo e, portanto, pelo estilo de vida que apresentam – por exemplo, quanto “vale” a profissão de arquiteto, de militar ou de vendedor de carros em tal ou tal sociedade –, que dizer da avaliação que sofre o sujeito em função do consumo do seu tempo “livre”?

Aliás, não é sem motivo que é cada vez maior o contingente de praticantes de hobbies considerados requintados, como o estudo e a degustação de vinhos e charutos. Num mundo em que o custo do tempo é cada vez maior, montar uma adega sofisticada (conhecer “exóticos” vinhos australianos e sul-africanos, por exemplo) ou dedicar duas horas “produtivas” do dia ao lento consumo de um *puro* double corona é, sem dúvida, uma inegável ostentação de status superior (ainda que haja a possibilidade de o sujeito fazer um *up-grading* social nesses ambientes, mimetizando-se ao se relacionar com

pessoas que estariam num patamar muito mais elevado que o seu).

Ademais, bons charutos são raros e caros, como outros elementos posicionais de consumo conspícuo, como as canetas Mont Blanc, que são vendidas em séries limitadas de 4.807 unidades – a altura em metros do acidente geográfico homônimo – ou o célebre vinho Romanée-Conti, cuja única garrafa pode custar até U\$ 8.500,00: suas uvas são cultivadas em um espaço equivalente a meio campo de futebol<sup>6</sup>.

### Servir e ser servido

Tanto locais quanto “forasteiros” apontam a ineficiência dos serviços em turismo como um entrave para “o desenvolvimento da região” por uma via alternativa à cacauicultura. Fala-se, também, de um número de visitantes aquém do que se supõe ideal em Ilhéus, sobretudo considerando sua localização privilegiada, relativamente próxima a grandes centros urbanos não litorâneos como Belo Horizonte, Goiânia, São Paulo e Brasília, e sua logística para o turismo facilitada pelo acesso aéreo através do aeroporto Jorge Amado, que mantém 11 vôos diários para Salvador, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e São Paulo (Infraero, 2004); acesso terrestre pelas rodovias BR-101, BR-415, BA-001 e BA-262; e acesso marítimo pelo Porto de Malhado.

A resposta a esse suposto insucesso turístico já se tornou quase senso comum: “quem lida com turismo em Ilhéus são pessoas que sempre foram acostumadas a serem servidas e hoje se encontram na situação de terem que servir”, diz-se prontamente ao se abordar o tema. De fato, muitos dos imóveis que hoje funcionam como pousadas eram as residências ou as casas de veraneio de famílias tradicionais, hoje pauperizadas por um estilo de vida perdulário incompatível com o descenso do cacau, vendo-se na situação de ter de “abrir” seu lar para hordas de estranhos não tão douradas.

Assim, a “vocação turística” ilheense parece ser obnubilada por questões como o trato em relação à hospitalidade e a própria história do lugar, marcada por um período de grande riqueza sucedida por uma conjuntura que indica a impossibilidade da

“volta dos bons tempos”<sup>7</sup>. É elucidativo, nesse aspecto, um pequeno fato que não foi registrado por nenhum informante, mas ocorrido com esse que vos fala.

Quando da minha primeira visita à cidade fiquei hospedado numa pousada no bairro do Pontal, onde se localiza o aeroporto e a maioria das hospedarias da cidade. A pousada era protegida por um gradeado de ferro, mais ou menos a uns três metros do saguão, onde uma senhora maquiada e com o cabelo armado, espalhada num sofá, acariciava um pequeno poodle. Quando foi acionada a campainha, próximo ao gradeado, a senhora não veio abrir a porta, como era de se esperar. Ao invés disso, ela prontamente tocou uma sineta para que viesse alguém dos fundos para abri-la.

Soube depois que esta pousada, em que essa senhora é proprietária, fora sua residência “nos tempos áureos” e, mais ainda, que sua postura era completamente condizente com as práticas locais, onde os “donos” dos estabelecimentos não se “rebaixam” realizando trabalhos que “devem” ser feitos por empregados.

Com efeito, a divisão da sociedade ilheense quase que em castas, tendo como ápice as famílias tradicionais, logo abaixo os “doutores”: magistrados, advogados e médicos; os comerciantes, em seguida; e o “povo” na base, remete à uma época – mais ou menos de meados do século XIX a meados do século XX – em que o produtor de cacau, o fazendeiro, vivia em grandes metrópoles, fruindo os dividendos dos “frutos de ouro” extraídos da sua “roça”, que visitava mensalmente.

Dizia-se, então, que “filho de pobre vai estudar em Salvador, filho de remediado, no Rio de Janeiro e filho de rico em Paris”. Assim, sucessivas gerações da elite local foram educadas em grandes centros urbanos<sup>8</sup>. Não é de se espantar que algumas famílias tradicionais tivessem piano de cauda em suas casas e até mesmo nas fazendas.

Quando, em 1921, o coronel Misael Tavares inaugurou sua casa em Ilhéus, uma réplica do palácio do Catete, sede do governo federal então no Rio de Janeiro, foi oferecido um banquete cujo cardápio era todo escrito em francês (Heine, 2004). Desse modo, o distanciamento social em

Ilhéus se dava não só pelo reconhecimento do *bon goût* mas também pelo distanciamento físico, tendo os mais abastados como moradia fixa os bairros nobres de Salvador e do Rio de Janeiro, aportando os estudos de familiares fora do país ou, na impossibilidade disso, na capital da república.

O que Jorge Amado trata em alguns de seus romances é justamente o período do lento declínio dessa aristocracia. Ao apresentar o conjunto da obra de Jorge Amado ao leitor francófono, Roger Bastide resalta, no prefácio da edição francesa do livro *A morte e a morte de Quincas Berro D'água* (traduzido como *Les deux morts de Quinquin la Flotte*), a forma como Amado caricaturava a pequena classe média urbana herdeira de velhas oligarquias rurais em ruína, mas que procurava manter “todos os preconceitos de origem, cristalizando-se contra o povo no qual se acotovela e do qual não pode separar-se a não ser pondo entre ela e este povo o muro de seu puritanismo hipócrita, 'convenções' a respeitar e 'aparências' a salvar.” (Bastide, 1972: 51).

Atualmente se diz na região sul-baiana que “perdeu-se a riqueza mas não a pose”. Contudo, não se trata de um mero jogo de aparências. O que está posto é todo um sistema de referências baseado no distanciamento social através do estilo de vida: quando já não há como sustentar materialmente o aristocratismo, sobram o francês, a música clássica e os modos e gostos “distintos”.

Que dizer, então, em ter que dividir os cômodos da casa para fazê-la de hospedagem para os “caipiras de Goiás” ou para os “pretos de Salvador” que, na situação de turistas/consumidores estão numa posição privilegiada em relação àquela senhora cuja mãe estudou em Paris e que jamais pensaria em trabalhar para sobreviver, já que, afinal, é de uma “família tradicionalíssima”? Na verdade, a verbalização desses preconceitos (que de algum modo acabam sendo mitigados pelo turismo) é quase um tabu quando se discute o turismo nas instâncias decisórias locais.

Mas, como se sabe, esse é um cenário recorrente em muitas sociedades que passaram por experiências semelhantes à



ventura baiana da “civilização do cacau”<sup>9</sup>. Obviamente que o preconceito e o etnocentrismo não é uma exclusividade dessa pequena porção da América do Sul. Ao contrário, recrudescem praticamente em todo o mundo sentimentos separatistas e xonofóbicos, além de muitas outras manifestações menos acentuadas de discriminação. Que o digam os turcos na Alemanha ou os argelinos em França. Ressalte-se que esse último país, apesar de ser um dos destinos preferidos de turistas de todo o mundo, recentemente repensou sua postura quanto à hospitalidade.

O que parece ser particular ao mundo ilheense, no entanto, é que uma riqueza de origem agrícola tenha gerado uma elite cosmopolita e aristocrática (ao menos como simulacro) que, ao procurar se distinguir ao máximo da massa populacional não descendente das “famílias tradicionais” via estilo de vida (incluído aí o “bom gosto”), acaba, num efeito cascata, por impingir em toda a comunidade essa sensação de exclusivismo, um certo ar de arrogância e desdém para com o *outsider* – que, logicamente, é minimizado quando se trata de um turista endinheirado.

Por outro lado, o cacau era (e ainda é) uma atividade econômica extremamente lucrativa e toda a região foi enformada socialmente em função dele. Assim, quando se vai pensar em alternativas econômicas ao “fruto de ouro”, o paradigma que perdura é de algo que dê um retorno financeiro e proporcione um estilo de vida perdulário e ocioso similar àquela atividade. Mas, como se sabe, o negócio turístico exige não só um trabalho diuturno como uma sensibilidade no trato social muito diferente da lida no mundo agrícola.

Nesse sentido, não se pode olvidar que, em que pese um certo cosmopolitismo do comércio regional, a mentalidade predominante é derivada de uma matriz rural, orientada por uma dinâmica própria, distinta das trocas simbólicas inerentes aos grandes núcleos urbanos, os maiores centros emissores de turistas.

Assim, compreende-se porque para alguns empresários atuantes no segmento turístico da cidade<sup>10</sup>, seu negócio é encarado como uma atividade provisória, um modo alternativo e relativamente precário de fazer circular dinheiro

enquanto o cacau não volta a reunir condições – de crédito, de erradicação de pragas na lavoura, de preço no mercado internacional, de oferta de terras férteis, etc. – para alcançar patamares de lucratividade semelhantes aos obtidos até mais ou menos a década 1970.

Desse modo, percebe-se uma dupla cesura social em Ilhéus: por um lado, na relação delicada entre locais e “forasteiros” e, por outro, na tensão latente entre a elite local, que há pelo menos vinte anos assiste atônita ao dismantelamento de um rígido sistema hierárquico, e parte do “povo” que, embora no geral empobrecido, vem lentamente se aproximando econômica e simbolicamente dos “ricaços” via educação formal, pequenos negócios, funcionalismo público, etc.

Essa disposição sócio-política apresenta conseqüências para o turismo local, não só no que diz respeito à hospitalidade, ao trato com o visitante, mas também na própria constituição do aparo turístico, posto que é bastante recorrente a idéia de que basta abrir um restaurante ou uma pousada – sem nenhum plano de negócio, sem a menor projeção de viabilidade econômica – que se chegarão levadas de turistas, do mesmo modo que, ao tratar a terra e plantar o pé de cacau, basta esperar os primeiros frutos e colher o “dinheiro na árvore”<sup>11</sup>.

## Bibliografia

- Adonias Filho.  
1976 *Sul da Bahia : Chão de Cacau – uma civilização regional*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Bastide, Roger.  
1972 “Sobre o romancista Jorge Amado”.  
In : AMADO, Jorge. *Jorge Amado, povo e terra*. São Paulo : Martins,. P. 39 a 69.
- Brazilian Incentive & Tourism.  
2004 Disponível em: <[http://www.bitourism.com/city.asp?city\\_id=24](http://www.bitourism.com/city.asp?city_id=24)>. Acesso em 22 nov. 2004.
- Costa do Cacau.  
2004 Disponível em: <<http://www.costa-docacau.com.br/guias/index.html>>. Acesso em 09 nov.
- CEPLAC. Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira.  
2004 Disponível em: <[http://www.ceplac.gov.br/Sinopse\\_Cacau/Producao/produca](http://www.ceplac.gov.br/Sinopse_Cacau/Producao/produca)

- o1.htm>. Acesso em 21 de novembro de 2004.
- Cerqueira, Cristiane A. de.  
2002 *Análise estrutural do turismo do município de Ilhéus (Ba)*. São Paulo, 2002. Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada), Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Universidade de São Paulo, apresentada em agosto de 2002. Orientador: Prof. Dr. Fernando Curi Peres.
- Featherstone, Mike.  
1995 *Cultura de Consumo e Pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel.
- Guerreiro de Freitas, Antônio e Paraíso, Maria Hilda B.  
2001 *Caminhos ao Encontro do Mundo: a capitania, os frutos de ouro e a princesa do sul – Ilhéus 1534-1940*. Ilhéus: Editus.
- Heine, Maria Luiza.  
2004 *Um pouco da História de Ilhéus*. Disponível em: <<http://www.deferias.com.br/cidade.htm>>. Acesso em 21 de novembro de 2004.
- Ilhéus Amado.  
2004 Disponível em: <<http://www.ilheus-amado.com.br>>. Acesso em 09 nov. 2004.
- Infraero – Aeroportos Brasileiros.  
2004 Disponível em: <<http://www.infraero.gov.br>>. Acesso em 09 nov. 2004.
- Portal Bahia.  
2004 Disponível em: <[http://www.bahia.com.br/site/destinos/cidades.asp?cd\\_cidade=8](http://www.bahia.com.br/site/destinos/cidades.asp?cd_cidade=8)>. Acesso em 22 nov. 2004.
- Queiroz, Maria Lícia Silva de.  
2002 *Qualidade e uso dos espaços urbanos como instrumento fomentador de turismo e gerador de desenvolvimento na cidade de Ilhéus - Bahia*. Ilhéus, 2002. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente, concentração em Planejamento e Gestão Ambiental do Trópico Úmido), Universidade Estadual de Santa Cruz, apresentada em 2002. Orientador: Prof. Dr. Antônio F. Guerreiro de Freitas.
- Shils, Edward.  
1992 *Centro e periferia*. Lisboa: Difel.
- Turner, Bryan S.  
1989 *Status*. Lisboa: Estampa.
- Veblen, Thorstein.  
1987 *A Teoria da Classe Ociosa : um estudo econômico das instituições*. 2ª ed. São Paulo: Nova Cultural,. Col. Os Economistas.
- Weber, Max.  
1969 *Ensaio de sociologia*. Rio de Janeiro: Zahar.  
1994 *Economia e sociedade: fundamentos de sociologia compreensiva*. 3. ed. Brasília : UnB.

## NOTAS

<sup>1</sup> Agradeço à professora Ana Cláudia Cruz da Silva pela revisão do texto.

<sup>2</sup> No Brasil, além da Bahia, produz-se cacau nos Estados do Amazonas, Pará e Rondônia, na região norte do país, e no norte do Espírito Santo que é um *continuum* do sul da Bahia sob os pontos de vista agrícola e geográfico.

<sup>3</sup> A Universidade Estadual de Santa Cruz, que se localiza entre as cidades de Ilhéus e Itabuna, possui um contingente considerável de professores e pesquisadores de outras regiões do país (sobretudo do Estado de São Paulo) e de fora do Brasil, e a maioria deles se instala em Ilhéus. Tanto ingleses quanto cubanos ou paulistas, cariocas ou gaúchos, todos indistintamente, têm uma estória de discriminação para contar. Sem dúvida, é marcante a distinção local entre “nós” e “eles”.

<sup>4</sup> Para se ter um parâmetro de comparação, o salário mínimo no Brasil é de R\$ 260,00.

<sup>5</sup> Esse fenômeno pode ser claramente identificado na escalada da sofisticação de, por exemplo, automóveis, aparelhos de TV e telefones celulares, e mesmo na mutável classificação do *ranking* de prestígio dos destinos turísticos.

<sup>6</sup> Nesse aspecto, é significativo um fato ocorrido nas eleições presidenciais brasileiras em 2002: ao final de um debate, num jantar para correligionários, o então candidato Lula da Silva ganhou de seu assessor de marketing uma garrafa de Romanée-Conti, ao que foi duramente criticado pela imprensa, justamente pelo desajuste entre sua ascendência proletária e a fruição de um vinho tão “nobre”.

<sup>7</sup> Vários fatores apontam para a inconsistência na esperança “do retorno dos tempos áureos do cacau”: as terras estão relativamente desgastadas pelo excesso de aditivos químicos; os preços internacionais nunca atingirão os patamares do começo do século XX; os atores do comércio internacional, sobretudo os países africanos, deram um considerável salto qualitativo; e, além do mais, é improvável, com o grau de endividamento atual, que os fazendeiros consigam condições de financiamento e crédito semelhantes àqueles vigentes até a década de 1970.

---

<sup>8</sup> No sul da Bahia, independentemente da posição social, não se torce para times de futebol baianos, mas para as equipes do Rio de Janeiro: Vasco da Gama, Flamengo, Fluminense e Botafogo ou, em menor escala, para times de São Paulo como Palmeiras, Corinthians e São Paulo.

<sup>9</sup> Na Assembléia Constituinte de 1988 havia uma grande pressão para se criar o Estado de Santa Cruz, que seria um desmembramento da porção sul-sudoeste do Estado da Bahia, onde se concentram as oligarquias pecuaristas e cacauicultoras do estado.

<sup>10</sup> De acordo com investigações preliminares do projeto de pesquisa “Turismo, status e consumo em Ilhéus”, trabalho por mim coordenado e financiado pela Universidade Estadual de Santa Cruz.

<sup>11</sup> Na região existem árvores que, pantadas há cem anos, ainda produzem cacau.

*Recibido: 24 de noviembre de 2004*  
*Acceptado: 30 de diciembre de 2004*

# Sítios web recomendados

---

## Um projeto turístico para o Sertão

### Turismo Sertanejo



O Turismo Sertanejo é uma forma de lazer fundamentada na paisagem natural, no patrimônio cultural e no desenvolvimento social das regiões interioranas do Brasil. Tem como principal objetivo promover a compreensão integrada do meio ambiente em suas múltiplas e complexas relações, envolvendo os aspectos naturais, socioeconômicos, culturais e éticos. De maneira bastante sintética, pode-se dizer que o Turismo Sertanejo insere-se na categoria de turismo exótico, um misto de agroecoturismo, com ênfase na valorização da identidade cultural regional e na melhoria das condições de vida da comunidade local.

<http://www.turismosertanejo.com.br/>

---

## *Grupo de Estudos* Turismo Rural Enquanto Estratégia de Desenvolvimento

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CENTRO DE CIÊNCIAS RURAIS  
PÓS GRADUAÇÃO EM EXTENSÃO RURAL

<http://www.ufsm.br/turismorural/index.html>

---

## Opiniones y ensayos

### *Community Attitudes and Failure to Respond: A Hegemonic Model*

**Steve Butts**

University of Plymouth. E-mail: sbutts@plymouth.ac.uk

Tourism can be viewed as a social problem or a theoretical question, and the effects of tourism to host populations have long been discussed in the literature (Dann et al., 1988: 3). However, little attention has been directed at attempting to explain why host populations, some of whom openly admit they do not wish to see tourism development in their communities, are unable or unwilling to keep development from occurring. To better understand this phenomenon this paper will consider attitudes toward tourism through the context of a hegemonic framework.

As with other types of development, tourism development often does not serve the best interests of those who are directly affected by it (Murphy, 1985). This failure to serve those touched is, in part, a result of a capitalism-based world economic system, which draws capital and resources out of developing areas. However, underlying this system is the concept of hegemony, first put forward by Antonio Gramsci. Hegemony, as established by Gramsci, is rooted in the notion of "intellectual and moral leadership" (Kurtz, 1996: 103). Gramsci (1971) believes the leadership of any government engages in two related practices. In the first, domination, force and coercion are used against those who resist authority. In the second, hegemony,

"intellectual devices (are used) to infuse...ideas of morality to gain the support of those who resist or may be neutral, to retain the support of those who consent to its rule, and to establish alliances as widely as possible" (Kurtz, 1996: 106). Hegemony therefore refers to the different organizations involved in state formation (Kurtz, 1996: 107), but it is always a process "aimed at obtaining consent and establishing its legitimacy" (Gramsci, 1971: 12 in Kurtz, 1996). Fundamental to Gramsci's hegemonic practices are political and cultural agents whom Gramsci calls traditional and organic intellectuals. Gramsci argues that 'All men are intellectuals...but not all men have in society the function of intellectuals' (Gramsci, 1971: 9 in Kurtz, 1996), which is to provide the direction for hegemonic processes. To simplify a complex relationship, traditional intellectuals are agents who represent and direct the interests of those in power. Organic intellectuals are agents who represent and direct the interest of subaltern populations who are being exploited, and provide them with a counter-hegemony to resist their exploitation. It is the intellectuals who contest for the minds and support of the masses and create the alliances necessary either to sustain or establish a hegemonic formation unified under the moral princi-

ples of an intellectual leadership (Kurtz, 1996: 108).

These agents may be involved in either cultural or political practices, or both at the same time as for Gramsci, culture is itself a political process (Kurtz, 1996: 108-9). Thus, what Gramsci (1971) is suggesting, is that in any complex political formation there exists a balance between domination (coercion and force) and hegemony (intellectual and moral leadership). Intellectuals who oppose the existing hegemonic structure constitute a counter-hegemonic formation (Kurtz, 1996: 109).

How then is the hegemonic structure subverted and an existing structure ousted? Dependent upon the position of the ruling powers Gramsci offers two avenues for subversion. If a government or agency is weakly entrenched, that is recently formed, lacking in public support, or is in some other way weak or threatened, the most effective way to challenge its authority is directly, such as revolution, through what Gramsci (1971: 108-10) calls "a war of movement" (Kurtz, 1996: 109). If, however, a government is deeply entrenched and is seen as legitimate by the majority of its population, a direct challenge to its authority, such as revolution, is less effective than "a war of position" or passive revolution (Gramsci, 1971: 110-11). Kurtz (1996: 109) states that a passive revolution "entails a slow and protracted struggle by political and cultural agents for the minds and support of the subaltern population, and is in practice a cultural process."

For Gramsci, culture is part and parcel to the political process. When defining culture he states, "it is the exercise of thought, the acquisition of general ideas, the habit of connecting cause and effect" (Buttigieg, 1987: 20 in Kurtz 1996: 110). Thus, culture is a critical element for Gramsci, and he uses it as a foundation for understanding how people establish relations within, and in spite of, hegemonic organizations. "Culture conceptualized as the product of a process by which human subjects establish relations of cause and effect between themselves and their social, political and economic environments suggests the motivation for why subjects work, fight, think, worship, and behave generally in ways that are acceptable to a hegemonic

organization" (Kurtz, 1996: 110). A hegemonic organization of intellectuals attempts to construct a cultural configuration that provides least resistance to practices and ideas a government or agency deems to be acceptable. It is only when subaltern populations perceive alternatives to their usual cultural business -- their practices of cause and effect as determined by those in power -- that a counter-hegemonic organization can marshal that population's energies and their culture" (Kurtz, 1996: 110-11).

The strength of an established government is it is based on "an articulated structure of values, ideologies, symbols...and practices that constitute a unified cultural configuration" (Kurtz, 1996: 190). Furthermore, in societies like those in Europe and the United States Gramsci (1971: 349) believes that it is doubly difficult for a counter-hegemonic organization to marshal its energies against the hegemonic structure because of class differences. Gramsci believes that culture is intrinsic to a society's social classes (Kurtz, 1996: 111). This being the case, European societies do not represent what Gramsci (1971) calls total cultural configurations. In other words, because these societies are made up of various classes, with each class possessing its own culture, it is unlikely that the classes will perceive alternatives to their usual cultural business in the same way. This, in turn, makes the formation of a unified counter-hegemonic organization less likely than in a society that has total cultural configurations.

Gramsci's concept of hegemony remains sound as a theoretical perspective and is a useful heuristic device. However, his conception of how the hegemonic structure can be subverted, and its application to most entrenched complex political formations in the world today, is becoming increasingly limited due to the integration of cultures under the hegemonic structures. Gramsci's work fails to adequately address the fact that more than one culture can exist within a society, and that these cultures are not necessarily unified by class. Gramsci is correct in his statement that culture is intrinsic to the classes within a society. However, in the world today the movement of different cultural groups increasingly

puts them under the same governmental leadership with other cultural groups, with whom they may share very little in the way of culture. These groups often do not share a common language, folklore, or world view. This makes the subversion of the dominant hegemonic structure all the more difficult because the subaltern population is split yet again, first by class and culture, and then by the classes within each culture. This makes it increasingly difficult for a passive revolution, which is in itself a process of cultural change, to occur in a deeply entrenched state. These divisions are significant in understanding the weak nature of counter-hegemonic formations toward tourism development, and help to explain why little is done to halt outsiders gaining control and reaping the profits from the tourism development.

### Conclusions

From this discussion, the future of many tourism destinations appears to be sealed, with local community members having neither a voice in how the industry will develop nor a powerbase from which to attempt to exercise some form of control. For those organic intellectuals who are determined to wield influence over the development of the industry, they must somehow form and build upon their own counter-hegemonic formations, and in doing so build links across cultural and class groups. The principle problem faced by organic intellectuals is that they, unlike policy makers, must secure community consensus. Organic intellectuals do not have the unprincipled option of manufacturing consent through what are typically dubious methods of public participation such as public meetings, for if the counter hegemonic formation is to succeed it must have widespread support. Existing hegemonic structures have the far simpler task of ensuring that widespread support for the counter hegemony does not occur. It is primarily for this reason that residents of host populations who have voiced their disquiet over tourism development have failed to exact their wishes upon the development of the industry. The fact that most tourism destinations contain a large and diverse population helps to explain why

there have been few successful counter-hegemonic formations.

It is postulated here that the lesson to be learned in terms of tourism development, is that because tourism does not affect all equally, and can be of benefit to at least some residents, a counter-hegemonic formation is unlikely to be able to subvert the hegemonic structure until a community can be unified by some rallying point, such as an overt threat to a way of life. However, even then it may be too late for action to be taken to alleviate the threat from tourism. This is because it is not until the perceived effects of tourism are felt by all, or at least a majority, that a counter-hegemonic formation can even begin to unify a community's many subaltern populations against tourism. Given that most hegemonic structures are deeply entrenched, revolution is an improbable option. Thus, if a counter-hegemonic formation is to be successful, a passive revolution must occur. There must occur "a slow and protracted struggle by political and cultural agents for the minds and support of the subaltern population" (Kurtz, 1996: 109). However, while this slow protracted process is occurring, tourism development is continuing, often at a startling rate. Thus, even if a passive revolution comes to pass, and an anti-tourism counter-hegemonic formation subverts the hegemonic structure, it might be too late -- the community may have already developed into something it did not want to become.

### References Cited

- Buttigieg, J.  
1987 Antonio Gramsci's Triad: Culture, Politics, Intellectuals. Center for Humanistic Studies Occasional Papers, No. 10. University of Minnesota: Center for Humanistic Studies.
- Dann, G., and D. Nash, P. Pearce  
1988 "Methodology in Tourism Research". *Annals of Tourism Research* 15(1):1-28.
- Gramsci, A.  
1971 Selections from the Prison Notebooks of Antonio Gramsci. Translated and Edited by Q. Hoare and G. N. Smith, eds. New York: International Publishers.
- Kurtz, D. V.  
1996 *Hegemony and Anthropology: Gram-*

sci, Exegeses, Reinterpretations. Critique of Anthropology 16(2):106-135.  
Murphy, P.  
1985 Tourism: A Community Approach.  
London: Methuen.

*Recibido:* 10 de noviembre de 2004  
*Aceptado:* 20 de diciembre de 2004



## Opiniones y ensayos

### *Patrimonio cultural y desarrollo turístico en Camboya: el caso de Angkor*

**Aldo Guzmán Ramos \***

Tecnicatura Superior en Turismo (Argentina). E-mail: aldo\_ramos@hotmail.com

El pequeño país de Camboya, con una superficie de 181.035 Km<sup>2</sup>, ubicado en el sudeste asiático, cuenta con 10.716.000 habitantes. Su capital es Phnom Penh y todo el país goza de un clima subtropical, muy húmedo. Este Estado, tras sufrir largos años de guerras civiles y ocupación extranjera, esta reconstruyendo su patrimonio cultural, el cual había sido dejado de lado, con ayuda de Francia (ex-metrópoli) y de Japón, ambos coordinados por la UNESCO.

El hecho que el país se encuentre en paz desde más de una década, ha permitido que

esta campaña internacional rescate el conjunto de *Angkor*, que fuera declarado en 1992 Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

Esto significa recuperar y restaurar el rico patrimonio cultural existente en su territorio, tanto para los camboyanos como para toda la humanidad. Incluso la recuperación de estos importante restos arqueológicos, esta generando un inusual movimiento turístico, beneficiándose de la cercanía de Tailandia, país que esta creciendo turísticamente, e incluso Vietnam, China e Indonesia.



Figura 1: Vista parcial del templo principal del conjunto de Angkor Wat.



Figura 2: Vista del templo de Prasat Kravan.

Los trabajos de restauración (abarcando más de cuarenta monumentos y cientos de lugares) pueden llevar décadas de trabajo, pero es un excelente ejemplo del compromiso que puede asumir el mundo (principalmente los países centrales) para salvaguardar el patrimonio cultural de un país, sumamente pobre.

#### **Angkor: patrimonio cultural e identidad.**

La importancia de Angkor es enorme, su nombre significa capital y es un vasto conjunto de monumentos que sobrevivieron a las sucesivas capitales del imperio Khmer, el cual se desarrolló en estos territorios entre los siglos IX y XV. La ciudad fue fundada por el rey Yasevarman, y se estableció entre los montes Kulen y el gran lago Tonlé, siendo ampliada posteriormente por cada monarca, alcanzando unos 400 Km<sup>2</sup> de superficie, entre los más de 100 templos, palacios y un sistema hidráulico complejo que comprendía depósitos de agua gigantescos, asociado a una red de canales, diques y zanjas de desagüe (que se llenan en la época de lluvias).

La ciudad llegó a tener 1.000.000 de habitantes en la misma época que Londres tenía solo unos 30.000 habitantes, lo cual nos muestra la importancia de esta

cultura.

*Angkor Wat* es el mayor santuario (ocupa unos 850.000 mts<sup>2</sup> con una altura de 60 metros), fue construida en el siglo XII por el rey Suryavarman II y se encuentra esculpido en piedra, correspondiéndose al legado del arte hindú en la región. Por otro lado las murallas perimetrales de *Angkor Thom* (incluyendo el templo de Bayon con sus 200 gigantescas caras esculpidas) miden el doble del perímetro de Angkor Wat.

En el piso cercano a los templos, es posible observar innumerables lapidas, estelas y grabaciones, todos restos de un espectacular pasado cultural.

Por esto existe actualmente una rígida vigilancia en la única carretera que llega al lugar, para evitar el robo de objetos que tienen un incalculable valor y que podrían sumarse al mercado de arte (legal o ilegal) fácilmente. Pero además de la creación de una policía del patrimonio, es fundamental el inventariado minucioso de los bienes culturales y las campañas de sensibilización contra la compra de objetos robados para erradicar el pillaje cultural en el perímetro protegido.

Al caer Angkor, vencida y saqueada por los siameses en 1432, el rey y su corte abandonaron el sitio devastado. El bosque tomó posesión de las ruinas y las cons-

trucciones de madera, los escritos en hojas de palmera y pieles raspadas desaparecieron, víctimas del clima húmedo y de los insectos. Precisamente cuando los franceses llegaron a este lugar a mediados del siglo XIX, las construcciones estaban cubiertas por una espesa vegetación.



Figura 3: Esculturas del templo de Angkor Wat.

Pero afortunadamente, a fines del siglo XIX, se inició la lectura de las inscripciones y de las escenas representadas en los bajorrelieves de los templos permitiendo esto establecer cronologías históricas, visualizar imágenes mitológicas, batallas y escenas de la vida cotidiana: caza, pesca, mercados, hábitat, etc. Escenas que no distan mucho de las actuales, pues en la cuenca del Srah Srang, que atraviesa la región y está bordeado por aldeas, el pescador que tiende su red circular reproduce una parte de la economía de la época angkoriana. Existen actualmente unas veinte aldeas entre los bosques de palmas, con una población de 22.000 habitantes.

Esta población conserva una serie de valores tradicionales, que también deben ser protegidos. La transmisión oral se debilitó durante el periodo Khmer rojo y no ha sido posible reconstituir algunas prácticas antiguas, pero así como se protege el patrimonio monumental de Angkor, es fundamental proteger el patrimonio intangible de la región: los cuentos, las leyendas, los topónimos, cuyos únicos depositarios son los habitantes del lugar.

Esto permite decir que además de ser Angkor un sitio arqueológico extraordinaria-

rio es también una especie de ecomuseo u *open museum* cultural, donde puede apreciarse una forma de vida antigua.

### Salvaguardar Angkor: cultura y desarrollo.

Consciente de los daños sufridos por Angkor, el rey Norodom Sihanouk había hecho un llamamiento a la comunidad internacional. Esta no tardó en responder organizando en Tokio, en octubre de 1993, una primera *Conferencia Intergubernamental para la Salvaguardia de Angkor*. La Declaración de Tokio, adoptada al término de esta Conferencia, definía el espíritu, el marco y las modalidades de la acción internacional.

La Declaración junto con una serie de recomendaciones que serían implementadas bajo la supervisión de la APSARA (Autoridad para la Protección y Gestión de Angkor y la Región de Siem Reap), creada en 1995 por las autoridades camboyanas, fueron un paso decisivo hacia la afirmación de que el patrimonio cultural de un pueblo es un elemento que permite forjar su identidad y, por ende es fundamental para su reconstrucción y desarrollo.

Tras la campaña arqueológica y arquitectónica, en la que continúan participando equipos de Francia, Japón, Alemania, Italia, India o China, ha llegado el momento de impulsar el desarrollo, extendiendo el proceso a proyectos que beneficien directamente a la población local, dentro de un esquema sustentable.

De esta forma, las obras desarrolladas, en cuanto a caminos e incluso la construcción de un centro de visitantes, permitirían vislumbrar un futuro, promisorio para el país.

Precisamente en este sentido uno de los planteos más importantes del Director General de la UNESCO Koichiro Matsura es que en las próximas décadas los países más ricos deberían ayudar a naciones como Camboya, no solo a restaurar y proteger su patrimonio cultural y/o natural, sino también a eliminar la pobreza y promover la protección del ambiente.

Este planteo es de primordial importancia, porque de alguna manera, la población camboyana debe entender que la recuperación de Angkor tiene sentido, por

lo que representa culturalmente y porque puede permitir el desarrollo socioeconómico de su nación. De esta manera se estaría integrando la protección del patrimonio con el desarrollo económico del país y el eslabón que puede permitir esta unión es el turismo. Sin embargo para que este nexo sea beneficioso, la actividad turística debe ser planificada desde la orbita estatal, dando participación al sector privado.

Precisamente a esto debe apuntar el programa de recuperación llevado a cabo en Camboya, de lo contrario se agudizaran los problemas que ya se están observando. Por ejemplo en la región de Angkor el número de visitantes, extranjeros y camboyanos que redescubren su cultura esta aumentando y ha superado, actualmente, los 600.000 visitantes (la mitad son extranjeros los cuales pagan unos 20 dólares para entrar a Angkor), con una tasa de crecimiento anual de cerca del 30%, lo cual implica un ingreso económico importante, pero a su vez ocasiona un crecimiento urbano descontrolado, con nuevos hoteles que poco tienen que ver con la estructura del lugar y que consumen importantes cantidades de recursos (Por ejemplo: agua, energía, etc.).

Se realizan excursiones diariamente con guías-interpretes locales, lo cual facilita el acceso masivo al lugar. Esto puede terminar generando un impacto ambiental en Angkor muy fuerte, convirtiendo en negativo todo lo realizado hasta el momento, por lo tanto es necesario que se tome conciencia en este sentido.

Además, para comunicar mejor el sitio con otras provincias del país, a largo plazo el gobierno camboyano se ha comprometido a construir un nuevo aeropuerto alejado de los sitios arqueológicos, a aumentar el tráfico fluvial entre Phnom Penh y Battambang y a rehabilitar la ruta de acceso a Tailandia desarrollando la red provincial de carreteras. Se espera que todo ello contribuya a que los turistas alarguen la duración de sus estadías y recorran la región para descubrir sus múltiples riquezas.

Todo esto plantea un fuerte desafío de gestión y planificación del flujo masivo de visitantes, en un país que no tiene tradición turística. En este sentido se reconoce

la necesidad de desarrollar en la zona de Angkor un turismo ético, responsable y sostenible que pueda convertirse en una herramienta de verdadera lucha contra la pobreza.

La Declaración destaca también “la importancia de asociar a las poblaciones locales en esa zona y en los alrededores de Tonlé Sap a la promoción de tal política para resaltar la diversidad de sus recursos culturales, materiales e inmateriales y facilitarles el acceso a la educación y la formación, así como al empleo y a una vida cultural enriquecedora”.

Otro aspecto original de los proyectos internacionales del Programa Angkor es que incluyen la capacitación, lo cual permite a Camboya dotarse de personal nacional formado en la gestión y la conservación del patrimonio cultural, algo que había desaparecido por completo durante los años de terror de los khmeres rojos.

Para finalizar podemos decir que los años de violencia y las luchas del Khmer Rojo han quedado atrás, ahora es importante que el pueblo de Camboya pueda recuperar su valioso patrimonio cultural, como parte de su historia por un lado y además como un importante recurso de desarrollo económico. Pero este debe basarse en un programa de desarrollo sustentable, de lo contrario la apertura turística del país, puede añadir nuevos efectos negativos en la población y el ambiente de este pequeño país del sudeste asiático asolado por muchos años de luchas y conflictos.

## NOTAS

\* Aldo Guzmán Ramos es Profesor y Licenciado en Geografía. Especializado en temas de patrimonio y turismo. Profesor Titular de Patrimonio Turístico de Europa, África, Asia y Oceanía. Tecnicatura Superior en Turismo. Institutos Terциarios. Provincia de Buenos Aires. Argentina.

*Recibido:* 10 de agosto de 2004  
*Aceptado:* 20 de noviembre de 2004

## Opiniones y ensayos

### *La Explotación Sexual Comercial Infantil (ESCI) en el Turismo. Análisis del turismo sexual internacional que afecta a la niñez*

**Laura A. Aguilar González\***

Universidad de Guadalajara. E-mail: lauryaguilar@yahoo.com

#### **Introducción**

Empecemos por definir los rostros de la explotación sexual comercial infantil (*ESCI*): se produce de diversas maneras, entre las que incluyen la *prostitución infantil*, *pornografía infantil*, *tráfico de niños con fines sexuales* y *turismo sexual*. Hablemos de éste último, el turismo sexual que afecta a la niñez. Es un fenómeno mundial que se da en los países tanto emisores como receptores de turistas, afecta cada año a millones de niños y constituye una violación a sus derechos humanos. Aunque se alimenta de la oferta y la demanda entre países emisores y receptores de turistas, su causa proviene de una interacción compleja entre factores sociales, culturales y económicos.

La ESCI en el turismo perjudica al sector turístico y a su desarrollo a largo plazo, por eso, en los últimos años, la comunidad internacional liderada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha mostrado una actitud cada vez más vigilante y diversas instituciones a escala internacional, nacional y local han asumido ya la responsabilidad de aplicar medidas encaminadas a combatirlo, pero debido a su característica clandestina, ha sido un fenómeno poco estudiado. Sorprende saber que el proceso que llevó a identificarlo y rotularlo data

apenas de la última década durante el primer Congreso Mundial sobre la ESCI en Estocolmo (1996)

Este fenómeno de la explotación sexual comercial infantil (ESCI) comparte rasgos con el problema del abuso sexual infantil, pero se sitúa exclusivamente en el terreno comercial aunque ambos fenómenos ocasionan severos daños a la infancia y vulneran gravemente su derechos.

El tema, se ha abordado a través de la intervención de instituciones y organizaciones no gubernamentales que han suscrito acuerdos, elaborado agendas, modificado leyes, establecido convenios, firmado tratados y celebrado numerosas reuniones, todo ello para manifestar que se oponen a la explotación sexual comercial infantil en cualquiera de sus modalidades.

#### **Antecedentes**

El fenómeno de la ESCI no es nuevo, en todas las épocas se ha prostituido y se ha explotado sexualmente a mujeres jóvenes. Sin embargo la tecnología y la globalización han hecho que la explotación sexual para fines comerciales, sea inmediata y esté muy extendida. La cooperación internacional es fundamental para contrarrestar esta práctica.



La identificación de la ESCI en el turismo como un problema creciente fue dada a conocer a nivel internacional a principios de los años 90's por Organizaciones No gubernamentales en Tailandia quienes organizaron una campaña contra la prostitución infantil denominada ECPAT ( End Child Prostitution in Asian Tourism ). En 1996, ECPAT decidió ampliar el ámbito de su trabajo para incluir los problemas de la pornografía infantil y de la trata de niños para fines sexuales y ampliar su cometido para convertirse en una campaña internacional. Actualmente ECPAT tiene organizaciones afiliadas en más de 45 países.

Las organizaciones internacionales del turismo también empezaron a plantear el problema en el contexto del turismo y así, la Federación Universal de Asociaciones de Agentes de Viajes (FUAAV) fue la primera en tomar medidas, adoptando la Carta de los Agentes de Viajes y de la Infancia en 1994. La Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes en Europa, apoyaron ésa iniciativa. La OMT en particular, consideró éste asunto en su declaración sobre la prevención del turismo sexual organizado de 1995. Este fue el primer documento foral adoptado por miembros de la OMT que trata directamente sobre la explotación sexual infantil.

El evento que verdaderamente centró la atención mundial sobre el problema se produjo en 1996 con el Primer Congreso Mundial en Estocolmo Suecia que reunió a más de 1300 delegados de 122 países que adoptaron la Declaración y Programa de Acción elaborados a modo de directrices para la coordinación y la cooperación a escala local, nacional e internacional, la protección de los niños frente a esa explotación, la recuperación y reintegración de las víctimas y la participación de los niños en la lucha contra ésa lacra.

Fue la culminación de un proceso de movilización mundial iniciado por ECPAT que incluyó seis encuestas regionales en todos los continentes, para recoger información y apoyo.

Más recientemente, la conclusión del segundo congreso mundial contra la ESCI celebrado en Yokohama Japón (2001) reforzó las promesas formuladas en el primer Congreso y reiteró la necesidad de atacar el

problema de raíz. Tras los congresos internacionales, la OMT creó el Grupo de Protección Infantil contra la Explotación Sexual en el Turismo integrado por representantes de gobiernos, organismos intergubernamentales, organizaciones no gubernamentales, asociaciones del sector turismo, ECPAT y medios de comunicación. La misión consiste en prevenir, descubrir, aislar y erradicar la ESCI en el Turismo.

Desde 1997, este grupo de Acción, lanzó la campaña internacional destinada a promover un *turismo socialmente responsable* que respete los derechos del niño. Al mismo tiempo, la Unión Europea preparó y puso en práctica diversos programas encaminados a combatir la ESCI en el turismo: Un ejemplo de esas medidas, lo constituyen los módulos formativos que imparte la Fundación Por Nuestros Niños de Puerto Vallarta y el Centro Universitario de la Costa desde principios del 2003.

### **Alcance del problema**

El problema de la ESCI en su concepto general, es complejo y multidimensional, muy difícil de combatir, pero en lo que respecta a la explotación sexual de los niños a través del turismo, existen desafíos particulares ya que el turismo es una de las actividades económicas más dinámicas del mundo y lleva grandes cantidades de dinero a las economías frágiles o en desarrollo, que realmente lo necesitan. Hay que aclarar, que el turismo NO es la causa del fenómeno pero sí es un vehículo mediante el cual los abusadores extranjeros y nacionales acceden fácilmente a los niños locales.

Entender la problemática de la ESCI y actuar en consecuencia es una expresión del deber de la sociedad de proteger a los niños de la explotación y el abuso y un deber del sector turístico de proteger a los niños en el contexto de un turismo sostenible. La ESCI en el contexto del turismo se produce siempre que existe turismo. Los viajes y el turismo forman parte integrante de la vida de todos los días en muchos países y los viajes internacionales se han convertido en un acontecimiento común para mucha gente.

Los estudios muestran que el principal flujo de turistas que participan en la ESCI en el turismo, proviene de los países eco-

nómicamente desarrollados de Europa Occidental, Norteamérica, Asia y Oceanía.

También se trata de un problema regional. Por ejemplo los turistas provenientes de Japón viajan a Indonesia o Tailandia, o canadienses y norteamericanos que viajan a México o el Caribe.

En todas las regiones hay individuos que participan en la ESCI en el turismo mientras viajan a países cercanos o incluso dentro de sus propios países, la explotación sexual de los niños se produce siempre que existe una oportunidad. Estimaciones recientes de organizaciones internacionales, entre ellas el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y Organizaciones no gubernamentales como ECPAT (la red internacional que lucha contra la ESCI) sitúan el número de niños que sufren esta forma de explotación en el mundo por encima de los *dos millones*. Pero dada la naturaleza clandestina de la ESCI hace difícil obtener estadísticas fiables sobre sus dimensiones, tanto en cuanto al número de niños afectados como al número de personas que viajan con ese objetivo.

La mayoría de las víctimas tienen entre ocho y dieciocho años, aunque hay informes de niños aún más pequeños. Por lo general provienen de familias pobres y pueden haber sido vendidos o sometidos en condiciones de servidumbre a la prostitución mediante la coerción. No obstante, muchos de ellos, por ejemplo los niños que sobreviven en la calle, se ven arrastrados a ese mundo como una forma de supervivencia. Citar a la pobreza como la causa principal, es reducir la mirada ya que existen otros factores importantes en la vulnerabilidad de los niños: exclusión social, migración del campo a la ciudad, falta de educación, desintegración familias, el maltrato doméstico, el consumismo, un entorno delictivo, la corrupción y la ausencia de leyes eficaces y mecanismos que impongan su cumplimiento.

Los viajeros que explotan sexualmente a niños son pederastas que aprovechan la ocasión de disponer de niños mientras están de vacaciones. Entre los factores que pueden llevar a un pederasta a comportarse de ese modo se encuentran la sensación de anonimato por estar lejos de su casa (bien dice un adagio chino milenar: *el viajero pierde la vergüenza*) el hecho de

que las trabas sean menores para actuar de una forma en que uno no actuaría en su país, la ignorancia cultural, la racionalización engañosa de que así se ayuda económicamente a una familia o a un niño, el sentimiento de superioridad sobre la cultura local, la creencia errónea de que existen menos posibilidades de contraer SIDA con niños y la propia disponibilidad de niños para mantener relaciones sexuales.

Sea cual sea la causa o motivación, esos comportamientos deberían considerarse siempre como un delito. En México, conforme lo reportan informes diversos, existe un sector de la población infantil que es víctima de abusos incluyendo los que se relacionan con el comercio sexual a través del turismo. A partir de la Convención de los Derechos del Niño aprobada en 1989 con la Asamblea de las Naciones Unidas y adoptada en México en 1992, se plantean estrategias y políticas para asegurar a todos los niños la posibilidad de una vida sana y plena para su desarrollo, particularmente el artículo 34 que establece la obligación de los estados de proteger a los niños contra todas las formas de explotación y de abusos sexuales.

Por lo que se refiere a estudios sobre el tema en México, el Centro de investigaciones y Estudios Superiores de Antropología Social realizó el primero durante dos años en seis ciudades del país que tenían antecedentes sobre la existencia de la ESCI, arrojando el dato de que en México, más de *16,000* niños, niñas y adolescentes han sido víctimas de la prostitución infantil (Azaola 2000).

### **El papel de la sociedad, el gobierno y el sector turismo**

El papel que ha jugado la Sociedad Civil Organizada es muy importante, las llamadas ONG's han demostrado que ante este tipo de ataques a lo más valioso de la sociedad ésta *no* puede mantenerse pasiva. Hay un factor decisivo para que la sociedad reaccione, se organice y actúe coordinadamente: es el fenómeno de "*negación*" por parte de las autoridades correspondientes y que, lastimosamente, se da con mucha recurrencia. Esto se debe en la mayoría de los casos a que los fenómenos propios de la ESCI son crudos y aberrantes, a nadie le

gusta verlos o saber de ellos, en el caso de los destinos turísticos es común el argumento (mito comprobado) de que aceptar la existencia de ese tipo de problemas daña el destino, “espantando” a los potenciales visitantes.

Lo cierto es que un cualquier gobierno de país, o destino, que no atiende en tiempo y forma, de manera frontal y comprometida, este tipo de fenómenos se convierte en cómplice de estos criminales, dejando “la mesa puesta” a aquellos que, ante la parálisis gubernamental, se sirven con la cuchara grande de nuestros niños, niñas y adolescentes.

La Sociedad Civil Organizada sumada a un gobierno responsable con sus instituciones y a una iniciativa privada solidaria podrá formar un frente amplio internacional que pueda ofrecer resistencia a las redes de mafia y corrupción que lucran con la ESCI. El dinero, poder e influencias que son movilizadas para lucrar con el dolor humano de la prostitución y pornografía infantil, traficando infantes y usando la infraestructura turística *NO* podrán contra la voluntad férrea de Sociedades que *NO* estemos dispuestos a poner a nuestros niños y niñas a la venta, bajo ningún costo y por ninguna circunstancia.

Un destino turístico responsable siempre será más atractivo que uno que pretenda tapar el sol con un dedo. El costo social del permisivo abuso infantil es muy alto, sin hablar que los niños abusados hoy, podrían ser los abusadores del mañana. El bienestar de los pueblos que residen en los destinos turísticos debe verse incrementado con el fenómeno del turismo, si es que se pretende hacer turismo sustentable.

### Conclusiones

El sector turístico debe evitar contribuir al fenómeno. Además la industria tiene la posibilidad de educar a sus profesionales y alertar al público contra esa práctica con el fin de no tolerar terminantemente este delito. La mayoría de las grandes asociaciones internacionales de turismo se han unido y adoptado políticas, códigos de conducta, y otras medidas autorreguladoras voluntarias contra la ESCI ya que solo mediante una actitud madura y responsable se podrán afrontar este tipo de crueles flage-

los.

Son pocos los gobiernos que han tomado “el toro por los cuernos” y han planteado su franca postura contra la ESCI, la actitud de los gobiernos siempre tiene una gran influencia sobre la iniciativa privada. El turismo como fenómeno involucra a un sin número de actores: turistas, gobierno, empresarios, empleados, ciudadanos, estudiantes e instituciones académicas, etc. en esa gran cadena todos, *absolutamente todos*, tenemos en nuestras manos parte de la solución y parte de las esperanzas de la niñez de hoy y la sociedad del mañana.

Retomo las palabras de una niña que habló durante la Reunión Internacional sobre los Derechos del Niño a cargo de Mandatarios de todos los países del mundo: *“Ustedes dicen que los niños somos el futuro del mundo, por favor, ustedes ocúpense de nuestro presente que nosotros nos ocuparemos de su futuro”* (Mayo 2002. UNICEF.)

### Bibliografía

- Aguilar Laura  
2003 Explotación sexual comercial de niños que sobreviven en la calle. Análisis retrospectivo 1999-2003. El caso Puerto Vallarta.
- Azaola Elena  
2000 “Infancia robada “. Centro de Investigaciones y estudios Superiores en Antropología Social.
- Organización Mundial del Turismo  
2001 “La Protección de los Niños contra la Explotación Sexual en el Turismo “.

### NOTAS

\* Laura A. Aguilar González es Licenciada en Turismo de la Universidad de Guadalajara (México) Alumna de Doctorado en Cooperación y Bienestar Social de la Universidad de Oviedo (España). Fundadora de la ONG “Por Nuestros Niños A.C.

*Recibido:* 16 de febrero de 2004  
*Aceptado:* 20 de agosto de 2004



## Reseñas de publicaciones

### ***Sol de invierno. Homenaje de Arona al Turismo Sueco.***

Galván Tudela, A.; González Lemus, N.; Moore, K. y Hernández Armas, R.  
Santa Cruz de Tenerife: Patronato de Turismo de Arona, Llanoazur, ISBN: 84-933180-2-7;  
año 2004

---

---

**Raquel de la Cruz Modino**

raquel\_modino@yahoo.es

---

---

En marzo de 2004 el Ayuntamiento del Municipio de Arona (provincia de S/C de Tenerife, España) edita *Sol de Invierno*. El libro, dividido en cuatro trabajos<sup>1</sup>, tiene como protagonistas a un grupo de enfermos suecos que a comienzos de la segunda mitad del siglo XX establecieron su residencia en el pueblo de Los Cristianos<sup>2</sup>. La presentación de esta obra se ha llevado a cabo dentro de un programa de eventos mediante los que la administración local ha homenajeado a estos individuos y ha recordado el encuentro que tuvo lugar entre aquellos primeros “turistas” con los residentes locales.

El libro *Sol de Invierno* reproduce diversos aspectos de la experiencia del grupo de enfermos que encontraron en Los Cristianos la esperanza de mejorar sus deplorable condiciones físicas, e intenta analizar las consecuencias que favorecieron y se derivaron de tal circunstancia. Esto se enmarca y se acompaña de una reconstrucción de los elementos y de las imágenes de Los Cristianos más características de los años que precedieron al desarrollo del turismo de masas en el municipio. Los Cristianos, y el municipio de Arona, es un des-

tino turístico consolidado cuyos administradores defienden la necesidad de remodelar y mejorar la oferta actual del destino. Y en este sentido, tal y como se defiende desde las páginas de este libro, *Sol de Invierno* representa una forma que tiene la administración local de categorizar a los turistas y de repensar el turismo en un momento muy determinado. La relevancia de esta publicación reside en que se halla en la base de iniciativas futuras que se desarrollarán tanto en el municipio de Arona como en Suecia, país emisor de turistas. De hecho, el libro, soporte físico y memoria impresa del acontecimiento, compone un relato sobre el que se ha justificado un acto de *hermanamiento* entre dos sociedades: una emisora y otra receptora de turistas. El homenaje en su conjunto tiene un componente socioeconómico indudable. Sin embargo, el protagonismo otorgado al grupo de suecos a lo largo de las diferentes actividades que completan la celebración (exposición fotográfica, proyección de una película, charlas...) se apoya sobre el argumento de la *deuda histórica* (Galván Tudela, 2004:15) y las acciones desarrolladas sobre la afirmación de que gracias a los suecos Los

Cristianos se convirtió en un “pueblo”, en tanto en cuanto de su visita se derivaron ciertos rendimientos económicos y se promovió la creación de infraestructuras que beneficiaron al conjunto de la población local.

En el primer capítulo, y a modo de introducción, A. Galván Tudela<sup>3</sup> lleva a cabo un análisis sobre la relevancia y el significado del Homenaje. ¿Por qué se ha designado al grupo de suecos protagonistas de la celebración? A. Galván Tudela expone que, aunque en Los Cristianos a mediados del siglo pasado se localizaran otros extranjeros, un hecho que diferenciaba a los escandinavos del resto era el alto grado de inserción social de este grupo en la población anfitriona. “Los suecos aprendieron el idioma, ayudaban en las escuelas, activaron proyectos de modernización del pueblo... Y los locales percibieron estos esfuerzos por adaptarse al lugar” (2004: 21- 23). Parte de esos locales son los niños que convivieron y compartieron espacios y actividades con los enfermos, los cuales convertidos hoy en políticos y administradores han impulsado este homenaje. Según se defiende desde estas páginas, actividades como el Homenaje, referidas a fenómenos que caracterizan o han caracterizado las vidas de muchos habitantes de Los Cristianos, relacionan el pasado con el presente en un proceso continuo por el cual se construyen proyectos de futuro que afectan y diferencian la experiencia de vida de los vecinos de este pueblo. Por otro lado, en cuanto tienen de memoria social, favorecen que determinados aspectos de una memoria oral compartida lleguen a ser pensados como algo que está inscrito en lo que los locales denominan sus tradiciones culturales (2004: 27). Por todo ello, a juicio de A. Galván Tudela podemos entender el Homenaje “como una forma que tienen los playeros<sup>4</sup>, y por extensión todos los aroneros<sup>5</sup>, de construir identidad” (2003: 11,12).

En el segundo capítulo de la obra, N. González Lemus analiza desde una perspectiva histórica la importancia de la climatoterapia y de la hidroterapia marina en el despegue del turismo en la Isla de Tenerife. El historiador N. González Lemus titula su trabajo: *La invención del Turismo en Canarias. Terapéutica y salud en los años iniciales* (2004: 37- 59). En Canarias el ini-

cio del turismo, tal y como lo entendemos, no se produjo hasta el fin de la década de los 60 en consonancia con un movimiento generalizable a toda Europa y Norteamérica<sup>6</sup>. Sin embargo, en ciertas localidades de la isla de Tenerife existían centros de sanación cuyo origen se remonta al siglo XIX. Los impactos derivados del posterior desarrollo han sido de diversa índole. Tal y como se expone en este trabajo, una de las primeras consecuencias observables del desarrollo del turismo de masas en la isla ha sido el desplazamiento del polo turístico hacia el sur, y concretamente hacia los municipios de Arona y Adeje<sup>7</sup>. Frente a otras áreas, como aquellas que antaño fueron núcleos receptores de turistas que buscaban mejorar su salud, y destinos próximos como las islas Azores o Madeira, en esta zona se dieron las condiciones físicas y socioeconómicas adecuadas para el desarrollo de diversas actividades turísticas a comienzos de la década de los 60. Finalmente, y como si de un proceso unidireccional se tratase, el historiador N. Lemus concluye con el relato de la consolidación de Los Cristianos como estación turística de masas en la década de los ochenta.

El trabajo del profesor K. E. Moore, *La aldea de Los Cristianos* (2004: 61- 84), se presenta como una narración sobre sus experiencias y sus recuerdos, fruto de las estancias que realizó en Los Cristianos y que dieron origen a su trabajo “Modernización en una aldea de las Islas Canarias” (1970)<sup>8</sup>. Moore explica que la vez que los suecos, en Los Cristianos se localizaban otros desplazados procedentes de diferentes países. Los motivos por los cuales estos individuos habían iniciado sus viajes eran igualmente diversos: salud, aventura, búsqueda personal... En consonancia con la exposición de A. Galván Tudela, a juicio de este autor, lo destacable del conjunto de suecos frente al resto es que se creó una fuerte dependencia de los enfermos para con los locales, dado que no se podían manejar solos (2004: 66- 72). El trabajo de este antropólogo es muy descriptivo y persigue resaltar, por encima de todo, la importancia de los visitantes en el desarrollo socioeconómico y sociocultural del pueblo de Los Cristianos.

Finalmente R. Hernández Armas, reconociendo que la importancia atribuida por

K. E. Moore a la comunidad sueca como agente externo dinamizador es exagerada, examina el desarrollo económico del área o región en la que se contextualiza Los Cristianos ("El Sur"), y sus impactos socioeconómicos y socioculturales. Este antropólogo nos ofrece una estampa diferente del pueblo, tal y como anuncia el propio título de su trabajo: *Desde "El Sur" en transición. Inicio turístico, imaginación y espacio vivido* (2004: 60-145). Analizando la situación de Los Cristianos a comienzos de siglo donde se dan cita veraneantes trasladados desde localidades cercanas en momentos concretos del año y extranjeros (procedentes sobre todo de países escandinavos), este último trabajo analiza la evolución del enclave tomando como hilo conductor las numerosas iniciativas locales e insulares activadas (2004: 98). Trascorridas varias décadas desde que se produjeran los primeros encuentros entre residentes y visitantes, Los Cristianos, el municipio de Arona y el Sur de la isla de Tenerife en general, se han convertido en un lugar de aluvión poblacional y su territorio se ha transmutado en escenario para el consumo turístico – inmobiliario. Este proceso ha transformado física y simbólicamente el espacio vivido, la lugaridad (2004: 135, 136). En la actualidad, la realidad sociocultural de Los Cristianos adolece de múltiples problemas comunes a muchos destinos turísticos consolidados. En este contexto, R. Hernández Armas valora la celebración de actos como el Homenaje en tanto que estrategia de cohesión social en un contexto extremadamente heterogéneo y complejo. Actos como éste, cuyo carácter integrador y la implicación de la administración local deben ser resaltados, promueven la convivencia y favorecen el trabajo de la imaginación, enriqueciendo el capital social, cultural y simbólico en el nuevo siglo (2004: 140).

Los cuatro trabajos que integra el libro *Sol de Invierno* tienen a los enfermos suecos como eje central. A pesar de ello, la obra carece de continuidad y de un hilo conductor. Tal vez porque adolece de un planteamiento general y ni siquiera sus autores adoptan una postura común en el tratamiento del grupo de individuos al que hacen referencia. Aunque su labor como redactores haya sido destacar la presencia de aquellos en el pueblo. En el libro no se

elabora una tipología de los turistas en la que enmarcar a los primeros visitantes de Los Cristianos y las definiciones empleadas para caracterizarlos son extremadamente vagas e inexactas en ocasiones, refiriéndose a los foráneos (suecos o no) como inmigrantes, buscadores o vagabundos... Esta ausencia puede deberse al hecho de que, aun abordando procesos y aspectos relacionados con temáticas y problemas propios de los estudios del turismo, *Sol de Invierno* nunca se planteó como un tratado sobre el turismo.

Al margen de la calidad de la obra, es destacable que su composición se ajusta al proyecto municipal por el cual ha visto la luz. La narración (meta narrativa más bien) que subyace de los diferentes trabajos nace respaldada de antemano por la figura de sus autores: un catedrático que evalúa la trascendencia del homenaje a nivel sociopolítico y sociocultural, una autoridad reconocida a nivel internacional que vivió en Los Cristianos el instante que se pretende recuperar, un historiador (cuyos apuntes son siempre requeridos y socorridos en la realización de cualquier evento local deseoso de adquirir cierta relevancia) y un investigador experto conocedor de la localidad<sup>9</sup>. El producto final es un sumario de textos que, elaborados para un homenaje, logran articular un discurso por el que se adueña un recuerdo para construir y dotar de significado al homenaje mismo.

Fuera o no punto de inicio del despegue turístico de Los Cristianos, la importancia del encuentro dibujado reside en que con él se representa una imagen ideal del destino que, mediante la publicación de la obra y la celebración del Homenaje, es proyectada tanto hacia el interior del municipio, como memoria de una experiencia colectiva, como hacia fuera del destino, como imagen diferencial. Ello se está llevando a cabo en un marco de cambio promovido por la inserción de nuevas áreas en los circuitos internacionales de turismo y la generación de numerosos productos ligados a novedosas formas de practicar turismo. El libro *Sol de Invierno* está en la base de proyectos futuros por los cuales se pretende convertir a Los Cristianos en destino para numerosos turistas aquejados de diversas dolencias, como se apuntaba al comienzo. Cabe destacar que los lugares elegidos para la celebración del Homenaje han sido un palacio de congresos

integrado en un gran resort turístico y el Centro Cultural de Los Cristianos, calificados como “lugares rituales del turismo” y “lugares rituales de la cultura” respectivamente (Galván Tudela, 2004: 28,32). La elección de ambos representa el deseo de las administraciones de elevar la reminiscencia del encuentro a símbolo identitario local. *Sol de invierno* es un ejemplo de cómo se construye patrimonio desde la asociación de ciertas instituciones con determinadas vivencias locales. La trascendencia de esta obra va mucho más allá de la mera recuperación o de la reelaboración de una memoria supuestamente compartida por quienes convivieron con los suecos. A través de la presentación de un extenso repertorio de elementos que atestiguan la presencia de los anteriores en la localidad<sup>10</sup>, y avalan la experiencia evocada, la obra legítima y representa un pasado concreto útil para diferenciar este enclave y su oferta de otros destinos de sol y playa. Así, la proyección de la imagen de los suecos en Los Cristianos, junto con la de los elementos y características del área que favorecieron el establecimiento y la mejoría de los enfermos (desde el clima del Sur de la isla de Tenerife hasta la buena sintonía atestiguada en la obra entre locales y visitantes), contribuyen a la activación de un repertorio patrimonial que atravesado por el uso y las intenciones de la administración se torna en patrimonio turístico. A pesar de que la mayoría de los residentes actuales del municipio<sup>11</sup> poco saben o desconocen estos hechos, quizás con el devenir del tiempo la imagen y el relato re- construido del encuentro se llegará a afianzar en la memoria de muchos locales que jamás vieron a los suecos. A juicio de A. Galván Tudela es *la resonancia de una misma experiencia vivida*<sup>12</sup> lo que otorga al homenaje su verdadero significado (2004:36), pero tendríamos que reconocer que será el uso del discurso presentado el que marque el alcance final de este evento.

### NOTAS

<sup>1</sup> Desarrollados por los antropólogos A. Galván Tudela, K.E. Moore y R. Hernández Armas, y el historiador N. González Lemus

<sup>2</sup> El pueblo de los Cristianos se halla en el municipio de Arona, en la costa Suroeste de la isla de Tenerife. Arona es uno de los núcleos turísticos

más importantes de la isla; posee trece kilómetros de costa donde se ubican tres enclaves diferentes: Los Cristianos, Playa de Las Américas y Costa del Silencio/Las Galletas.

<sup>3</sup> A Galván Tudela, Catedrático de Antropología Social de la Universidad de La Laguna (Departamento de Prehistoria, Antropología e Historia Antigua), bajo el título *Sobre el Homenaje de Arona al Turismo Sueco: Reflexiones Antropológicas en un Nuevo Milenio* (2004: 9- 36), introduce y presenta tanto el Homenaje como el libro en su conjunto.

<sup>4</sup> Esta denominación es empleada para hacer referencia a aquellos habitantes de Los Cristianos que mantuvieron algún tipo de contacto con los suecos. Bien por tratarse de personas que trabajaban directamente para ellos (como costureras, limpiadoras, etc.) o locales que tenían locales y establecimientos a los que acudían los suecos; o bien los niños que compartieron espacios comunes tales como la playa de pueblo.

<sup>5</sup> Residentes locales del municipio de Arona.

<sup>6</sup> Aunque el archipiélago era lugar de paso para multitud de viajeros, exploradores, comerciantes y científicos europeos, desde el siglo XIX.

<sup>7</sup> La apertura en 1978 del Aeropuerto Reina Sofía, en las proximidades del municipio, favoreció este desarrollo.

<sup>8</sup> Publicado por primera vez en el *Journal of the Steward Anthropological Society* en otoño de 1970. La edición en castellano se puede encontrar en el libro de W.A. Douglass y J.B. Aceves (Eds), (1978), “Los aspectos cambiantes de la España Rural”, Barral Editores, Barcelona.

<sup>9</sup> A este respecto es preciso hacer notar que el Antropólogo R. Hernández Armas es natural de Los Cristianos

<sup>10</sup> Tales como la Casa Sueca o la Clínica Vintersol, o los matrimonios mixtos entre suecos y locales, a los que se hace referencia en la obra y cuya presencia se ha requerido durante la celebración de las jornadas.

<sup>11</sup> Se hace necesario señalar que tal únicamente contando con los datos de la población empadronada, en torno al 64% de la población residente en el Sur procede de fuera del municipio donde está domiciliado, lo que equivale prácticamente a dos tercios del total. Según los datos del INE, Censo de Población- 2001, un 25,21% de la población residente ha nacido en el extranjero, un 10,78% ha nacido en la Península Ibérica, y un 27,92% procede de otro municipio canario (Hernández Armas, 2004:135).

<sup>12</sup> La cursiva es del autor

## PAISAJE, ORDENAMIENTO TERRITORIAL Y TURISMO SOSTENIBLE

Coordinado por Alberto Capacci, Brigati, Génova, 2003, 205 págs. (cuadros, gráficos, bibliografía, índice)  
ISBN 88-87822-59-X.

Este libro es el fruto de la cooperación iniciada en el año 1999 entre el Departamento de Geoecología, Paisajes y Turismo de la Facultad de Geografía de la Universidad de La Habana, Cuba y la Universidad degli Studi di Genova, Italia y fue coordinado por el Profesor Alberto Capacci y editado por la Licenciada Stefania Mangano quienes trabajaron arduamente para lograr concluir en un año esta interesante publicación que en más de 200 páginas, reúne 19 trabajos de 28 especialistas de México, España, Brasil, Venezuela, Italia, Estados Unidos, Chile, Canadá, Japón y Cuba, seleccionados de las ponencias presentadas en el II Taller Internacional El Turismo en el Desarrollo Regional y Local celebrado en La Habana en Septiembre del año 2002.

El libro nos es un texto teórico, ya que aunque incluye 5 artículos de corte teórico –metodológico los otros 14 están enfocados a experiencias prácticas en diferentes regiones del mundo acerca de proyectos de desarrollo turístico que se llevan a cabo y su relación con el Ordenamiento Territorial y el Desarrollo Sostenible tanto de las comunidades anfitrionas como de la propia actividad turística.

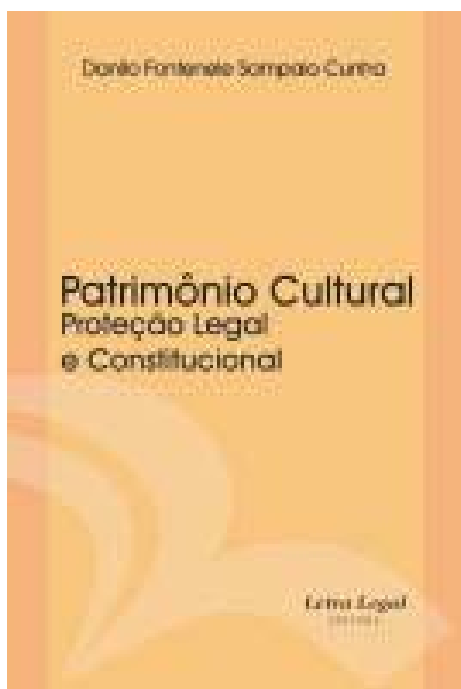
Por el valor de las experiencias y aportaciones de los autores involucrados y presentadas en el libro, esperamos este se constituya en material de consulta no solo para estudiantes de las diferentes carreras universitarias relacionadas con las temáticas del Paisaje, la Ordenación del Territorio y el Turismo sino además para aquellos especialistas que desde diversos enfoques y diferente formación trabajan a diario para lograr una mejor planificación y gestión del turismo a escala regional y local.

Para más información acerca de cómo obtener el libro comunicarse con Profesor Alberto Capacci, [capacci@scb-scpo.unige.it](mailto:capacci@scb-scpo.unige.it) o con el Dr. Eduardo Salinas [esalinas@geo.uh.cu](mailto:esalinas@geo.uh.cu)

### ÍNDICE

- A Modo de introducción: La difícil relación entre Turismo y Medio Ambiente **A. Capacci (Italia)**.
- La degradación ambiental inducida por el desarrollo del turismo en las pequeñas islas, en el ejemplo de Cayo Coco, archipiélago Jardines del Rey (Cuba) **Pedro Acevedo y Sinai Barcia (Cuba)**.
- Uso Actual del paisaje rural en San Juan Ahuehueco, municipio de Tepehuacán de Guerrero, Hidalgo (México) **Genaro Aguilar y Albino Cruz (México)**.
- El Paradigma de Tom Peters y la gestión turística **Alfredo Ascanio (Venezuela)**.
- La delicada tarea de planificar turismo cultural: un estudio de caso con la germanidad de la ciudad Blumenau-sc (Brasil) **Margarita Barretto (Brasil)**.
- Paisajes del interior de la Región Nordeste del Brasil y sus potencialidades turísticas **Edson Vicente da Silva (Brasil) y José Mateo (Cuba)**.
- El cobro de impuestos en las áreas protegidas como vía para el desarrollo sustentable **Yoel Del Risco y Eduardo Salinas (Cuba)**.
- Turismo de patrimonio en el Centro Histórico de La Habana **Maite Echarri y Eduardo Salinas (Cuba)**.
- De la teoría a la práctica en la sustentabilidad y la participación comunitaria: una propuesta metodológica **Alfonso Jiménez (México) y Yoshiki Hiarabayashi (Japón)**.
- Valoración del potencial natural y cultural para el turismo de bajo impacto en la Costa Chica de Guerrero y Oaxaca (México) **Álvaro López, Álvaro Sánchez y Enrique Propin (México)**.
- Estructura territorial y milieu: el caso de la provincia de Génova (Italia) **Stefania Mangano (Italia)**.
- La idea del paisaje en el turismo de las sociedades post modernas: retos y alternativas **José Mateo (Cuba)**.
- O turismo e os nao-lugares **Ycarim Melgaco (Brasil)**.
- Turismo y población: algunas reflexiones sobre sus interrelaciones **Sonia Montiel (Cuba)**.
- Incidencia económica, importancia y calidad del turismo deportivo en Andalucía (España) **Carolina Otero y José María Otero (España)**.
- Reserva de la biosfera Ciénaga de Zapata (Cuba): diseño del producto de turismo de naturaleza y aventuras. Marketing y comercialización **Eros Salinas y Manuel Davis (Cuba)**.
- Aplicación del concepto de turismo sostenible en Bahía Asunción, Baja California Sur (México) **Almudena Sánchez (España)**.
- Desarrollo local, uso del borde costero y los impactos ambientales el caso de Chile **Alfredo Sánchez (Chile)**.
- Ecotourism and the sustainable biosphere initiative **Chelsea Teale (Estados Unidos)**.
- Sustainable tourism in tropical islands **Geoffrey Wall (Canadá)**.

## Patrimônio Cultural - Proteção Legal e Constitucional



Patrimônio Cultural é aquilo que faz parte da construção histórica e cultural do ser humano e de um determinado espaço físico. No entanto, o patrimônio também é destruição. Por quê as pessoas destroem as coisas? Qual a proteção legal e constitucional garantida aos bens culturais? A resposta está no mais novo lançamento da Editora Letra Legal: *Patrimônio Cultural - Proteção Legal e Constitucional*, de Danilo Fontenele Sampaio Cunha.

Danilo não se limita ao aspecto arquitetônico do patrimônio cultural. Ele discute o patrimônio edificado e histórico, natural e imaterial, e discorre ainda sobre o Estatuto da Cidade, matéria de permanente interesse face ao fato de que a maior parte da população brasileira reside nas cidades. Após comentar a educação ambiental, como forma de prevenção, o autor analisa as outras maneiras de proteção e promoção do patrimônio cultural, como os inventários,

registros, vigilância, tombamento e desapropriação. Trata-se de uma obra completa a respeito do assunto e de leitura indispensável.

Ao analisar o Patrimônio Cultural nas suas várias formas, o autor esclarece primeiramente o conceito de cultura e como ocorrem as suas influências, inclusive abordando o papel da Justiça neste contexto. Relaciona ainda a cultura, a sociedade e os valores jurídicos, mostrando que a lei não pode ser tão estática em assuntos referentes a cultura, já que esta está em constante transformação.

Patrimônio Cultural: Proteção Legal e Constitucional

Danilo Fontenele Sampaio Cunha.

Editora Letra Legal

167 páginas

R\$ 32,00

### Sobre o autor

Danilo é Juiz Federal na Seção Judiciária do Ceará, mestre em Direito pela Faculdade de Direito da Universidade Federal do Ceará, ex-procurador da República e ex-procurador do Município de Fortaleza. Especialista em Direito Penal, Direito Processual Civil e Direito Sanitário pela Universidade Nacional de Brasília. Especialista em Educação Emocional pela Universidade Estadual do Ceará.

Mais Informações

Editora Letra Legal

Tel: 21 - 2507-3334

[letralegal@letralegal.com.br](mailto:letralegal@letralegal.com.br)

Número patrocinado por:



Consejería de Educación, Cultura y Deportes  
Viceconsejería de Cultura y Deportes  
Dirección General de Patrimonio Histórico  
Gobierno de Canarias