Alexandre Panosso Netto
Luiz Gonzaga Godoi Trigo
Organizadores

TURISMO NA AMÉRICA LATINA

CASOS DE SUCESSO

PRCEU
pró-reitoria de cultura e extensão universitária
USP

TURISMO NA AMÉRICA LATINA: CASOS DE SUCESSO

Alexandre Panosso Netto
Luiz Gonzaga Godoi Trigo
Organizadores

TURISMO NA AMÉRICA LATINA: CASOS DE SUCESSO

Assis - SP, 2016
Triunfal Gráfica e Editora

Apoio da Pró-Reitoria de Cultura e Extensão da Universidade de São Paulo

PRCEU
pró-reitoria de cultura
e extensão universitária
USP

Revisão e Normalização: Dra. Jeane Mari Spera
Foto da Capa: Alexandre Panosso Netto (Fotografada na Costa Rica, em 2013)

A aceitação das alterações textuais e de normalização bibliográfica sugeridas pelo revisor é uma decisão do autor/organizador.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Lucelena Alevato – CRB 8/4063

T938 Turismo na América Latina: casos de sucesso / Alexandre Panosso Netto, Luiz Gonzaga Godoi Trigo (Organizadores). - Assis: Triunfal Gráfica e Editora, 2016
368p. : il. ; 23 cm

Vários autores
ISBN: 978-85-61175-52-8

1. Turismo - América Latina. 2. Ecoturismo. 3. Viagens. 4. Lazer. I. Panosso Netto, Alexandre. II. Trigo, Luiz Gonzaga Godoi

CDD 338.4791
910

Sumário

APRESENTAÇÃO À EDIÇÃO EM PORTUGUÊS **11**

Capítulo 1

AMÉRICA LATINA: IMAGINÁRIO, REALIDADE E TURISMO 15

Alexandre Panosso Netto
Luiz Gonzaga Godoi Trigo

Capítulo 2

ECONOMIA E TURISMO NA AMÉRICA LATINA E CARIBE . 39

Glauber Eduardo de Oliveira Santos

Capítulo 3

O TURISMO NO RIO DE JANEIRO: DA TRÍADE PRAIA-FUTEBOL-CARNAVAL À COMPLEXIDADE DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA CONTEMPORÂNEA 81

Aguinaldo César Fratucci
Ana Paula Garcia Spolon
Marcello de Barros Tomé Machado

Capítulo 4

ENOTURISMO NA ARGENTINA. A CAPACIDADE DO VINHO PARA PROMOVER UMA REGIÃO 113

Regina G. Schlüter
Juana Norrild

Capítulo 5

BOAS PRÁTICAS EM PARQUES PRIVADOS. O CASO DA RESERVA COSTEIRA VALDIVIANA (CHILE) 133

Héctor Caripan Sanzana
Alfredo Almonacid
Edgardo Oyarzun Mendez

Capítulo 6

O TURISMO CULTURAL EM VILLAVICENCIO, COLÔMBIA 161

María Cristina Otero Gómez
Wilson Giraldo Pérez

Capítulo 7

ÁREAS SILVESTRES PROTEGIDAS E ECOTURISMO NA COSTA RICA 191

Aurora Hernández Ulate
Juan Carlos Picón Cruz

Capítulo 8

"JARDINS DO REI": A GESTÃO INTEGRADA E SUSTENTÁVEL DE UM DESTINO TURÍSTICO CUBANO 213

María Elena Betancourt García
María Caridade Falcão Rodríguez
Luis Báez Penha

Capítulo 9

PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NA HOTELARIA DE CANCÚN 235

Elva Esther Vargas Martínez

Capítulo 10

PRÁTICAS ENDÓGENAS DO ECOTURISMO EM ACULCO, MÉXICO, COM BASE NA VALORIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL DE SUAS FAZENDAS 257

Marcelino Castillo Nechar
Guillermo Miranda Román
Marisol Orozco Guerrero
Laura Eugenia Tovar Bustamante

Capítulo 11

CONSTRUINDO "EL CAMINO": A CONSTRUÇÃO DE UMA MARCA PAÍS BEM SUCEDIDA E SUAS CONSEQUÊNCIAS . 283

Carla Guerrón Montero

Capítulo 12

CAMINHO PARA O SUCESSO? O TURISMO COMO UMA FERRAMENTA PARA O DESENVOLVIMENTO COM INCLUSÃO NO VALE DO COLCA, PERU 307

María Luisa Rendón
Simon Bidwell

Capítulo 13

CLUSTERS TURÍSTICOS DOMINICANOS. CATALISADORES DE DESENVOLVIMENTO 347

Pilar Constanzo

Currículo dos Autores 363

APRESENTAÇÃO À EDIÇÃO EM PORTUGUÊS

O incremento da qualidade do turismo, do lazer e da hospitalidade na América Latina tem sido motivo de análise para vários pesquisadores, empresários, profissionais e acadêmicos.

Identificamos, ao longo de viagens, palestras, congressos e encontros profissionais, vários grupos de pesquisadores internacionais e brasileiros trabalhando com o setor de lazer e turismo e desenvolvendo métodos, análises, estudos de caso e teorias para essas áreas.

Muitos acadêmicos e pesquisadores latino-americanos focaram em seu próprio continente para produzir e divulgar conhecimento sobre as práticas e saberes do turismo nos diversos campos relacionados com a economia, política, cultura e questões sociais locais.

A América Latina possui uma história recente, se considerarmos apenas os cinco séculos de ocupação europeia, mas sua história pré-colombiana é rica e vasta, tendo deixado testemunhos de rochas estética, arquitetônica e astronomicamente dispostas em vários sítios arqueológicos mundialmente conhecidos e admirados. As últimas cinco décadas mostram ciclos de crise e prosperidade, governos autoritários, conservadores, progressistas ou populistas, além de uma teia imensa de novas experiências estéticas e culturais. O grande continente chega ao século 21 com novas possibilidades e inovações em muitas áreas mais recentes como informática, mídia, comunicações, *agrobusiness* e turismo. Países como México, Brasil, Colômbia, Peru, Chile e Argentina mostram resultados positivos gerados por anos de incremento de boas práticas nos setores de serviços. Cuba prepara-se para o maior desafio de sua história, a transição, após meio século de regime socialista, para o sistema de mercado, tendo como parceiro principal seu ex-inimigo, os Estados Unidos. A maior economia da região, o Brasil, singra os anos de 2015 e 2016 enfrentando uma delicada crise econômica e política, após anos de prosperidade sistemática, porém mantendo a solidez estrutural de sua força produtiva. A Argentina, por sua vez, destituiu do poder a família Kirchner que ficou 12 anos governando o país. Ao que tudo

indica, no entanto, os anos de glória econômica há tempos também ficaram para trás para os *hermanos vecinos,* e um período de turbulência é esperado.

É importante analisar como esses recuos e avanços se sucederam, entender seus agentes e causas, planejamento e gestão, principalmente como se pode chegar a bons projetos implementados e consolidados.

O Produto Interno Bruto da maioria dos países latino-americanos se expandiu majoritariamente no setor terciário. Essas economias deixaram de ser apenas de monocultura ou de matérias primas baratas para exportação e se sofisticaram nos setores de finanças, varejo, entretenimento, hospitalidade, gastronomia, comunicações e turismo.

As principais línguas do continente são o espanhol (falado por cerca de 400 milhões de pessoas no mundo) e o português (falado por cerca de 250 milhões de pessoas) e representam um vasto mercado em termos de cultura, história, economia, questões sociais e ambientais.

Nesse complexo econômico e cultural, encontram-se vários casos de sucesso em empreendimentos turísticos que merecem ser analisados e divulgados. Em um continente onde ainda existe uma profunda injustiça social, violência criminal localizada em algumas áreas consideradas como das mais perigosas do planeta, desafios imensos para governos jovens e em fase de estabilização, há que se louvar a existência de exemplos edificantes no setor de turismo.

Vários países latino-americanos como México, Brasil, Chile e Costa Rica possuem bons exemplos de modelos de desenvolvimento turístico, respeito pelo meio ambiente e inclusão social, apesar dos problemas ainda presentes em suas sociedades. Algumas de suas boas práticas são objetos de estudo para entender como esses projetos ajudam a melhorar as condições sociais, ambientais e econômicas de seu entorno, e ainda garantem o retorno dos investimentos.

Os autores dos capítulos dessa coletânea são pesquisadores na área de turismo em seus países, além de terem experiência internacional com pesquisas, publicações e ações direcionadas à educação e produção do conhecimento no tema.

Em tempos de profundas mudanças globais, nos campos tecnológico, social, político, econômico e cultural, os países do continente latino-americano enfrentam desafios e dúvidas sobre como melhorar seu desempenho de maneira sistemática. Igualmente possuem vontade política para ser parte de um novo mundo onde o respeito pela diversidade, pelas questões ambientais e pela inclusão social sejam mais considerados pela sociedade e pelos governos.

É importante entender o *ethos* e a natureza dos processos civilizatórios por meio da história contemporânea. O continente não é mais um lugar estranho do realismo *mágico literário* ou apenas uma série de *plantations* para servir a nações imperialistas. O *agrobusiness*, as plantas industriais em vários países, a força dos mercados financeiros, os núcleos de alta tecnologia e o florescente campo de prestação de serviços nas últimas décadas moldam as novas economias regionais. Esses serviços são subdivididos em vários nichos específicos, desde os mercados populares até os locais exclusivos do consumo de luxo.

Nos campos do lazer e turismo, as ofertas são complexas e diversificadas. Os treze capítulos deste livro mostram que as atividades turísticas no continente são mais que o carnaval ou o futebol brasileiro, mais que as praias de areias brancas mexicanas, a natureza exuberante dos vulcões e florestas da Costa Rica, o café colombiano, as vinícolas chilenas ou as fazendas argentinas. De fato, ainda persistem as paisagens naturais que tanto encantaram von Humboldt e outros exploradores, cientistas e artistas europeus e de todo o mundo que visitaram sua riqueza natural.

Os capítulos discutem como o continente despertou para a importância da profissionalização em turismo para a diversidade de suas atrações e melhoria da qualidade de serviços. Os dois capítulos introdutórios apresentam as realidades culturais e econômicas da região, e os onze capítulos seguintes discutem os casos de sucesso no Brasil, Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, México, Panamá, Peru e República Dominicana.

Esperamos que os leitores e leitoras descubram que há novos destinos e parceiros em um mundo competitivo, em busca de consumidores

conscientes da preservação ambiental, que valorizam os bons serviços, o respeito pela ética e pela justiça social, além de reconhecerem as necessidades do desenvolvimento sustentável.

Estes são os objetivos deste livro: criar e desenvolver consciência crítica e reflexiva sobre nossos problemas e, principalmente, sobre nossas soluções.

Destacamos que este livro, em sua edição em inglês, foi publicado em 2015 pela Editora Springer com o título *Tourism in Latin America: Cases of Success*. O livro teve boa aceitação e resenhas muitos positivas foram publicadas em *Journals* internacionais.

A presente edição em Português é apoiada financeiramente pela Pró-Reitoria de Cultura e Extensão Universitária-PRCEU, da Universidade de São Paulo-USP, por meio do Programa de Editais. A toda equipe da PRCEU-USP deixamos nosso agradecimento. Agradecemos também à competente equipe responsável pelos processos de licitação na EACH -USP, que viabilizou toda a parte técnica para que a obra fosse publicada.

São Paulo, Brasil, janeiro de 2016.

Prof. Dr. Alexandre Panosso Netto - EACH-USP
Prof. Dr. Luiz Gonzaga Godoi Trigo - EACH-USP
Organizadores

CAPÍTULO 1

AMÉRICA LATINA: IMAGINÁRIO, REALIDADE E TURISMO

Alexandre Panosso Netto
Luiz Gonzaga Godoi Trigo

Introdução

A América Latina é uma região que sempre deslumbrou os viajantes. Conquistadores, missionários, funcionários das cortes, comerciantes, traficantes, aventureiros, cronistas e cientistas sempre se extasiaram ante suas regiões naturais e a cultura de seus povos autóctones. Tais povos estão espalhados pelo vasto território composto por metrópoles ricas e aldeias frágeis e pobres.

Do México à Patagônia, são 21 milhões de quilômetros quadrados e quase 600 milhões de pessoas, hoje divididos em 20 países, sendo eles: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador, El Salvador, Guatemala, Haiti, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, Uruguai e Venezuela. Prevalecem línguas latinas como o português e o espanhol e, em pequena escala, francês e italiano. Há também as línguas nativas, faladas por tribos ou grupos menores, como quéchua, xavante, guarani, aymara, nahutl e línguas maias. O imaginário dessa parte do continente americano, ao sul da América anglo-saxônica, é um mosaico formado ao longo dos séculos por visões estrangeiras e nativas, que se sobrepõe à realidade local.

Figura 1. América Latina com destaque para os países relatados neste livro.

Fonte: Os autores, 2013.

O imaginário sobre a América Latina começou a ser construído de forma dúbia, visto ter sido baseado nas confrontações humanas ante o desconhecido dos olhares europeus da época das grandes navegações do século XVI, que levaram portugueses e espanhóis pelo mundo.

O ditado português quinhentista, segundo o qual "abaixo do Equador tudo era permitido", já previa possibilidades heterodoxas e desviantes diante da rígida moral europeia, invalidada nos novos continentes. O músico e compositor brasileiro Chico Buarque expressou esse sentimento na música intitulada *Não existe pecado ao sul do Equador*:

> Não existe pecado do lado de baixo do equador;
> Vamos fazer um pecado rasgado, suado, a todo vapor,
> Me deixa ser teu escracho, capacho, teu cacho,
> Um riacho de amor. Quando é lição de esculacho,
> olha aí, sai de baixo, que eu sou professor.

O tema da música constitui uma releitura da obra *Tristes Trópicos*, do antropólogo francês Levis Strauss (1996). As bases morais do novo continente estavam lançadas. Além da moral sexual relaxada, havia também as liberalidades econômicas, políticas e uma lacuna cultural. Tal lacuna era preenchida, parcial e sectariamente, apenas pelas missões dos jesuítas, franciscanos, dominicanos e outros religiosos que trouxeram a cruz de Cristo ao lado das espadas dos conquistadores europeus.

Não faltaram os próprios filhos da terra que repudiaram seus costumes lascivos, no início do século XX, mas relegando-os ao passado da descoberta:

> O clima, o homem livre, na solidão, o índio sensual, encorajavam e multiplicavam as uniões de pura animalidade. A impressão edênica que assaltava a imaginação dos recém-chegados exaltava-se pelo encanto da nudez total das mulheres indígenas. [...] Para os homens que vinham da Europa policiada, o ardor dos temperamentos, a amoralidade dos costumes, a ausência do pudor civilizado – e toda a contínua tumescência voluptuosa da natureza virgem – eram um convite à vida solta e infrene em que tudo era permitido. O indígena, por seu turno, era um animal lascivo, vivendo sem nenhum constrangimento na satisfação de seus desejos carnais. (PRADO, 2001, p.73-74).

Esse espírito crítico é forte e explícito. A cidade de Salvador, na Bahia, primeira capital do Brasil e centro de riquezas arquitetônicas e históricas exuberantes, é assim apresentada: "Numa suave região cortada por rios límpidos, de céu sempre azul, terras férteis, florestas de árvores frondosas, a cidade parecia ser a imagem do Paraíso. Era, no entanto, onde os demônios aliciavam almas para povoar o inferno." (MIRANDA, 2006, p.8).

Está descrita a origem da licenciosidade latina, especialmente a brasileira. A base eram as raízes étnicas e culturais das colônias de exploração, em contraposição às colônias de povoamento da América do Norte. Para lá foram famílias de migrantes – grupos constituídos por laços de parentesco ou geográfico – levando gado e outros animais domésticos e ferramentas. Tinham a Europa pelas costas e atravessavam o Atlântico, rumo ao oeste, em busca de terras, trabalho, liberdade e um futuro por construir.

A parte do continente que viria a ser a América Latina tornou-se colônia de exploração. Tudo graças às suas características geográficas e sua imensa riqueza mineral e clima favorável à agricultura de extensão. Para ela vinham homens solitários, a fim de "fazer e América" e regressar com capital para a Europa, deixavando para trás suas mulheres ocasionais, filhos bastardos e escravos, nativos ou importados da África. Tudo isso em uma natureza hostil e exuberante.

Uma história rica em imagens

Os primeiros séculos após o "encontro" de europeus e índios foram de confronto, êxtase e luta contra uma natureza estranha e exagerada que se esparramava pelos imensos territórios selvagens. Os nativos que sobreviveram à conquista europeia não possuíam escrita para registrar tais fatos, razão pela qual a América Latina foi retratada, nos livros e periódicos, por estrangeiros que chegavam às suas terras e, posteriormente, relatavam suas experiências nos "tristes trópicos" ou, segundo interpretações mais antigas, nos simulacros dos jardins do Éden.

Alguns indígenas guaranis tinham o mito da "terra sem mal", pela qual eles procuravam ao longo de suas viagens pelo interior selvagem das

terras sul-americanas. Os europeus, por sua vez, tinham uma vaga ideia de que o Éden bíblico poderia situar-se em algum ponto das novas terras descobertas. Sérgio Buarque de Holanda (2010) dedicou dois capítulos de seu livro *Visão do Paraíso* especificamente ao tema: capítulo 7, *Paraíso Perdido*; e capítulo 8, *Visão do Paraíso*:

> De qualquer modo não se poderá dizer que a sedução do tema paradisíaco tivesse sido menor para os portugueses, durante a Idade Média e a era dos grandes descobrimentos marítimos, do que o fora para outros povos cristãos de toda a Europa e mesmo judeus e muçulmanos. [...]. A crença na realidade física e atual do Éden parecia então inabalável. (HOLANDA, 2010, p.226).

Além do mito judaico-cristão, havia outros mitos pagãos que falavam de terras e ilhas fantásticas ao oeste da Europa, perdidas na imensidão dos mares bravios. A ilha de Hy Brasil era relatada na mesma latitude dos Açores, ou ao sul da Irlanda. As ilhas dos Lotófagos e de Próspero situavam-se no Mediterrâneo, portanto poderiam existir outras maravilhas nos oceanos ignotos e imensos que se estendiam para além das colunas de Hércules. (PAGE; INGPEN, 1992).

O mito do Eldorado (do castelhano El Dorado, "O Dourado"), Manoa (do achaua manoa, "lago"), ou Manoa del Dorado, surge nos anos 1530. Era a história de um indígena da Colômbia que se cobria com pó de ouro e mergulhava em um lago dos Andes. Inicialmente, um homem dourado ou rei dourado, depois imaginado como um lugar riquíssimo em ouro.

Embora os artistas muíscas trabalhassem peças de ouro, algumas hoje no rico acervo do Museu do Ouro de Bogotá, nunca existiram as cidades douradas sonhadas pelos conquistadores que pretendiam repetir a façanha de Francisco Pizarro no Peru. Tudo indica que os muíscas obtinham o ouro por meio de trocas com indígenas de outras regiões.

Sedentos por mais ouro, os conquistadores fizeram o mito migrar para leste, para os Llanos da Venezuela, e depois para além, no atual estado brasileiro de Roraima ou nas Guianas. Na forma tomada pelo mito a partir

do final do século XVI, a cidade dourada, agora conhecida como Manoa, se localizaria no imenso e imaginário lago Parima, fundada por incas refugiados da conquista de Pizarro. O mito é semelhante ao de Paititi ou Candire, uma cidade cheia de riquezas que teria servido de refúgio a incas que escaparam da conquista espanhola, mas costuma ser localizada muito mais ao sul, entre as selvas da Bolívia e Peru ou no Brasil. Os dois mitos têm origem comum no sonho de conquistadores de enriquecer, a exemplo de Francisco Pizarro, o conquistador dos incas. (PAGE; INGPEN, 1992, p.109-111).

As primeiras imagens sobre as terras americanas surgiram no início do século XVI, pelas gravuras que acompanhavam as cartas de Américo Vespúcio, publicadas como folhetim. Na época, nem Vespúcio tinha ideias muito claras sobre onde tinha aportado, nem os cartógrafos estavam de acordo sobre sua localização. O nome *América* foi adotado pelo cartógrafo alemão Martin Waldseemuller, em 1507, quando desenhou um novo planisfério e incluiu, pela primeira vez, a terra recentemente encontrada.

> O nome do lugar nasce do desejo de superar o âmbito lendário, instaurado pela suposição da existência utópica de ilhas e passagens, pela descoberta de terra firme e pelo encontro de um continente habitado. Além do Atlântico tudo era lenda, e, por isso, os testemunhos dos viajantes passam a adquirir foro de verdade e as imagens que suscitam são vistas como evidências. (BELLUZZO, 1994, p.18).

Os dois primeiros livros com ilustrações de viajantes franceses ao Brasil foram feitos por André Thevet e intitulados *Les singularitez de la France Antarctique* (1557) e *La comographie universelle* (1575). Thevet acompanhou a expedição de Villegagnon (1555) à região do Rio de Janeiro, no intuito de fundar a *França Antártica*, projeto que soçobrou diante da resistência portuguesa. Porém, deixou ilustrações e comentários sobre as coisas *estranhas*, *extraordinárias* e *exóticas* do novo mundo que era descortinado aos europeus. Animais, plantas, indígenas e paisagens formam um imaginário fantástico que retrata um paraíso dúbio, desconhecido, instigante e fascinante.

As ilustrações de Cesariano, para o livro *De Architetura* (1521), de Vitruvio, provavelmente foram as principais fontes para os ilustradores do século XVI e que marcaram o imaginário sobre a América. Eram mostradas principalmente:

> Imagens baseadas na concepção dos antigos sobre a vida dos homens primitivos nus, agachados, reunidos em bando, vivendo prazerosamente em torno do fogo, que era interpretado como símbolo da passagem do homem para a vida social. [...]. Eram seres com corpos bem formados pela vida ativa, em contato com a natureza, belos homens e mulheres, harmoniosamente dispostos e serenos como heróis gregos. (BELLUZZO, 1994, p.39).

Outros ilustradores, como Jean de Léry, Theodore de Bry e Assuerus de Londerzell, multiplicaram as imagens sobre as terras descobertas. Apesar de retratarem regiões que hoje formam o Brasil, essas lustrações tomavam a parte pelo todo. Apenas posteriormente foram reunidas informações sobre outros povos do continente. Em 1557, Juan Fernandéz Ladrillero, a bordo da nau San Luis, iniciou as explorações à Patagônia, no extremo sul do continente, na esteira da descoberta do estreito que levou o nome de Fernando de Magallanes, navegado pela primeira vez em novembro de 1520, em uma expedição que batizou a região como Tierra del Fuego.

No caso brasileiro, na origem de todos os relatos está a do alemão Hans Staden, que viveu como prisioneiro dos índios tupinambás. Sua história assumiu contornos de lenda e fundou a literatura de viagem relacionada ao país (BELLUZZO, 1994).

Um dos primeiros paisagistas das Américas foi Franz Post, um jovem pintor holandês que chegou ao nordeste brasileiro em 1637, com 25 anos de idade. Seus quadros, com as paisagens de Olinda, Recife e os interiores de Pernambuco, são preciosidades artísticas. Uma publicação elencou os artistas estrangeiros que retrataram o Brasil e a América do Sul, por ocasião dos 500 anos da chegada dos portugueses ao Brasil. Ali estão relacionados os artistas que formaram parte significativa da vertente do imaginário

latino-americano: Albert Eckhout (1610-1655), Nicolas Antoine Taunay (1755-1830), Thomas Ender (1793-1875), Jean Baptiste Debret (1768-1848), Conde de Clarac (1777-1847), Arnaud Julien Palliére (1783-1862), Aimé Adrien Taunay (1803-1828), Johann Moritz Rugendas (1802-1858) – cujas telas sobre as florestas são impressionantes pela beleza e escala ciclópica –, Charles Landseer (1799-1879), William Burchell (1781-1863), Eduard Hildebrandt (1818-1869), C. J. Martin (1820-1860?), Abraham Louis Buvelot (1814-1888), Raymond A. Q. Monvoisin (1794-1870), Joseph Leon Righini (1820-1884), Ferdinand Keller (1842-1922), François -Auguste Biard (1798-1882), Henri Nicolas Vinet (1817-1876) e Emil Bauch (1823-1890). Havia também os fotógrafos estrangeiros do século XIX, pioneiros em retratar, com a nova técnica, o mundo sul-americano. Entre eles destacam-se Louis Compte, Victor Frond, Benjamin Mulock, August Stahl, Revert-Henry Klumb, George Leuzinger, August Riedel, Alberto Henschel, Albert Frisch, Marc Ferrez. Finalmente, no século XX, há fotos profissionais de Claude Lévi-Strauss, Pierre Verger, Marcel Gautherot, Jean Mazon, Geneviève Naylor e Orson Welles. (FERREIRA, 2000).

A longa lista de artistas estrangeiros mostra como o continente sempre foi uma atração estética, sensual e cultural para o imaginário europeu. Muito antes dos fluxos turísticos do século XX, as maravilhas americanas deleitavam os sonhos e desejos dos europeus, como no passado as maravilhas do Oriente, próximo e distante, tinham incendiado suas imaginações. Talvez apenas a África dividia a atenção europeia e mundial com as Américas.

Em 1799, Alexandre Von Humboldt e Aimé Bonpland chegam à América do Sul em meio a um complexo tecido social e uma conjuntura histórica crítica. Vieram para fazer um trabalho de viagens, pesquisas e relatos que provocaram uma reinvenção ideológica do continente que atingiu os dois lados do Atlântico. Foram 30 volumes, intitulados *Viagem às regiões equinociais*, que, por sua vez, influenciaram as viagens de Darwin e receberam elogios de Simon Bolívar.

Outros livros importantes produzidos por Humboldt foram *Views of Nature* (1808) e *Views of the cordilleras and monuments of the indigenous people of América* (1810). Sobre eles, afirmou Pratt:

> Humboldt reinventou a América do Sul em primeiro lugar e, sobretudo como natureza. Não a natureza acessível, coletável, reconhecível, mas uma natureza impressionante, extraordinária, um espetáculo capaz de superar a compreensão e o conhecimento humanos. Não uma natureza que espera sentada que a conheçam e possuam, mas uma natureza em ação, dotada de forças vitais, muitas das quais invisíveis aos olhos humanos; uma natureza que diminui os seres humanos, domina seu ser, desperta suas paixões, desafia seus poderes de percepção. (PRATT, 2010, p.229-230).

A imensa obra de Humboldt canonizou três quadros naturais sul-americanos: 1) superabundância de bosques naturais (Amazonas e Orenoco); 2) montanhas cobertas de neve (Andes e os vulcões do México); 3) as vastas planícies interiores (Venezuela e os pampas argentinos).

Esses primeiros relatos de viagem mais científicos fazem parte de uma literatura representada por outros desbravadores como Henry Stanley, que presenciou o saque da África; Roger Casement, que viajou para expor os horrores descritos por Stanley; e Joseph Conrad, o anglopolaco que converteu a ruína do Congo em alegoria do fracasso da Europa. Conrad teve sua obra prima, *Heart of Darkness* (1903), adaptada ao cinema no filme *Apocalipse Now* (COPPOLA, 1979), com os cenários transplantados ao sudeste asiático (1970), em uma guerra travada pelos norte-americanos contra os vietcongues.

Atração e estranhamento

A natureza da África, Ásia e América Latina são estranhas e assustadoras. Basta ver os relatos sobre o Camboja de André Malraux em *O caminho real* (1930) para perceber como a opressão viscosa e quente das florestas esmaga a vontade dos seres humanos que se aventuram por aquelas

muralhas verdes. É impossível não comparar o desespero das florestas com o estranhamento causado pelas planícies sul-americanas inundadas e tão terríveis quanto as matas cerradas e misteriosas. As mesopotâmias do sul envolvem as bacias fluviais que se perdem nos horizontes por entre águas e terras baixas, cobertas de vegetação e desolação. Sobre isso, Saer afirmou:

> O odor desses rios é ímpar nesta terra. É um odor da origem, da formação úmida e trabalhosa, do crescimento. Sair do mar monótono e penetrar neles foi como descer do limbo à terra. Quase nos parecia ver a vida se refazendo do musgo em putrefação, o barro vegetal acolher milhões de criaturas sem forma, minúsculas e cegas. Os mosquitos enegreciam o ar nas imediações dos pântanos. A ausência humana não fazia mais que aumentar essa ilusão de vida primordial. (SAER, 2002, p. 26).

A natureza selvagem oferece aos viajantes a opressão de seu tamanho, o estranhamento e a solidão, sem contar o horror aos seus perigos latentes, esquivos e quase alienígenas. Aos perigos naturais das terras exóticas (exóticas para quem?) somam-se algumas poucas lendas e ruínas intrigantes.

Os mitos das civilizações perdidas têm suas origens nos destroços de monumentos ciclópicos, deixados encobertos pelas florestas ou abandonados nos platôs. Somente no século XIX, arqueólogos como F. Catherwood e outros os trouxeram à luz. Assim, o mundo conheceu as cidades de pedra de Yulcatán, o complexo de Tehotihuacan, as obras arquitetônicas e rupestres de Tiahuanaca, Nazca, Machu Picchu e Cuzco. Esses antigos templos são tão estranhos que, juntamente com seus paralelos orientais, geraram as fontes do horror cósmico, estruturado por H. P. Lovecraft, na década de 1930, e transmitido para seu círculo de seguidores literários e leitores por todo o mundo. Até hoje é difícil encontrar as obras de Lovecraft, inclusive nos sebos, tamanho o sucesso alcançado pela sua visão niilista e terrível do mundo e da vida. É a América do Norte voltando-se sobre seus medos inconscientes – frutos de gerações passadas, autóctones ou imigrantes que uniram seus horrores perante o novo mundo que os desafiava – e estranhando profundamente seus vizinhos ao sul do México (ainda hoje,

fronteira desafiadora e permissiva, representada por Tijuana e outros locais instigantes ao longo da divisa entre a América saxônica e a latina).

É o mesmo medo, relatado no interior do Brasil antigo, por Leite Moraes:

> Caminhamos para a Itaboca, a famosa Itaboca, o terrível Adamastor dos navegantes do Tocantins, o túmulo insaciável que guarda em suas profundezas centenares de cadáveres e dezenas de botes, o caminho provável para a eternidade, a viagem pelo desconhecido, o presente absorvido pelo passado; o tempo sem futuro! A Itaboca é o negro pensamento que, desde o alto Araguaia, sombreia a fronte dos mais audazes navegantes e os prostra absorvidos das sinistras previsões de uma catástrofe! (LEITE, 1995, p. 259).

Ou, em contraposição ao medo, a coragem do padre alemão Sommer, em *Vila dos Confins*. Ali, em uma oca escura, ele espreita e caça a onça negra com uma simples zagaia. Vale-se dos ensinamentos de outro caçador e de sua coragem e sangue frio ante o maior terror dos mamíferos: enfrentar um felino na escuridão, no espaço fechado de uma gruta desconhecida. (PALMÉRIO, 1989, p.88).

A natureza selvagem assolou o continente por séculos. Wilson Martins, citado por Palmério (1989), afirma que

> Vila dos Confins é, à sua maneira, um 'retrato do Brasil', tão amargurado e melancólico quanto o de Paulo Prado, mas infinitamente mais chocante, isto é, mais eloquente. O Brasil é 'aquilo', ainda será 'aquilo' por muito tempo: é espantosa a diferença de 'idades culturais' que nos separam, homens das grandes cidades dos brasileiros do interior. A constelação de valores é completamente outra, o que se afirma frequentemente, mas sem calcular com exatidão o alcance do fenômeno; e a própria realidade psicológica também difere. (PALMÉRIO, 1989, p. XVI).

São vários Brasis, segundo Martins (apud Palmério, 1989), que se sobrepõem e se contrastam. Vale o mesmo para a América Latina. Suas

diferenças brutais na economia, na cultura e nos diversos estágios de desenvolvimento e conflitos também caracterizam a macrorregião. Certa tristeza e melancolia se instalam pelas *Macondos* latinas. Sentimentos tão doídos que podem ser denominados de angustiantes e brotam até mesmo na simplicidade cotidiana.

> Uma chuvinha renitente açoita as folhas da mangueira que ensombra o fundo do meu quintal, a água empapa o chão, mole como terra de cemitério, qualquer coisa desagradável persegue-me sem se fixar claramente no meu espírito. Sinto-me aborrecido, aperreado. Debaixo da chuva azucrinante, espécie de neblina pegajosa, a mangueira do quintal e as roseiras da casa vizinha estão quase invisíveis. (RAMOS, 2004, p.15-16).

A solidão do continente tem um patrono: Octávio Paz. Em seu clássico *O labirinto da Solidão*, retrata o conflito paradoxal do México, "filho de uma dupla violência imperial e unitária: a dos astecas e a dos espanhóis." (PAZ, 1984, p.92).

Assim como em outros lugares do continente, a formação da consciência nacional do México surgiu de forma híbrida, entre os mitos pagãos e os ensinamentos cristãos. J. Lafaye tenta esclarecer como esses fatores espirituais se articularam entre os séculos XVI e XIX. Duas grandes divindades astecas, o herói civilizador Quetzacóatl e a Deusa Mãe, Tonantzin, foram, após a conquista espanhola, identificados pelos padres crioulos com o apóstolo Santo Tomás (Tomé, no Brasil) e a deusa com a Virgem Maria de Guadalupe, venerada no santuário de Tepeyac, nos arredores da cidade do México.

A lenda de São Tomé nas Américas é antiga e é encontrada também ao sul do Rio Grande. Já em 1516, quando Duarte Barbosa terminava de escrever seu livro sobre o culto ao santo nas Índias, "já se falava em sua estada na costa do Brasil". A primeira versão conhecida dessa presença do discípulo de Jesus Cristo em terras americanas encontra-se, com efeito, na chamada Nova Gazeta Alemã, referindo-se, segundo se sabe hoje, à viagem de um dos navios armados por D. Nuno Manuel, Cristóvão de Haro e

outros, que em 12 de outubro de 1514 aportava, já de torna-viagem, à ilha da Madeira. Dos dados da Gazeta constava que

> [...] àquelas paragens tinha chegado a pregação evangélica e dela se guardava memórias entre os naturais. 'Eles tem recordação de Tomé', diz o texto. E adianta: 'Quiseram mostrar aos portugueses as pegadas de São Tomé no interior do país. Indicam também que tem cruzes pela terra adentro. E quando falam de São Tomé, chamam-lhe o Deus pequeno, mas que havia outro Deus maior. (HOLANDA, 2010, p.175).

É interessante notar que os mórmons, originados do interior dos Estados Unidos, também possuem histórias sobre a visita de apóstolos cristãos nas Américas, muito antes dos descobrimentos.

Jorge Luis Borges preenche sua volumosa obra literária com motivos europeus que são, repetidamente, mesclados ao imaginário latino-americano. Espelhos, labirintos, espadas, ética, tigres e velhice compõem sua obra, escorada nos ensinamentos da literatura e da filosofia. Entre as línguas saxônicas e o espanhol, Borges criou um imaginário próprio que ultrapassa as fronteiras portenhas ou argentinas. Seus textos *Fervor de Buenos Aires*, *Cuaderno San Martin* e *El Martin Fierro* mostram uma Argentina culta, mas latina. Diferente, é verdade, de Robert Arlt, o primeiro escritor argentino a introduzir na literatura a paisagem portenha dos arrabaldes pobres, os heróis urbanos, a maioria esquecida e angustiada da cidade, fugindo do romance regionalista que dominava a sua época da primeira metade do século XX. Tudo isso faz parte do *Labirinto latino-americano*, oportuno título do ensaio de Octávio Ianni, em que discorre sobre as diversas interpretações históricas, os dilemas das questões nacionais e os labirintos de ideias do continente.

O sagrado e o profano

A sobreposição do cristianismo oficial e popular às crenças nativas torna-se o início de uma construção do imaginário espiritual. Posteriormente seria enriquecido pela chegada dos negros escravos da África, com

mais uma vertente do tesouro espiritual que se articularia no novo continente americano. Europeus, nativos americanos e negros africanos, aliados aos imigrantes que chegaram de todas as culturas para viver em um lugar que Luis Spota (1956), ironicamente chamou de "casi el paraíso" em seu romance do mesmo nome. O paraíso realmente não existia, mas tornava-se um lugar simultaneamente maravilhoso, assustador e estranho para seus habitantes e para os viajantes que se aventuravam por seus caminhos ainda incognoscíveis.

Os negros africanos são um capítulo especial na história do continente. Protagonizaram, no final do século XVIII, a única revolta vitoriosa dos escravos contra os senhores brancos, e fundaram, no Haiti, um país que se tornou, com o tempo, um exemplo de miséria, corrupção e opressão, dessa vez por seus próprios irmãos negros. Porém, da Louisiana até as costas brasileiras, passando pelo Caribe e América Central, a cultura negra criou novos laços espirituais, às vezes sobrepostos ao catolicismo ou aliados às crenças nativas, que forjou identidades e expressões culturais que atraíram a atenção de antropólogos como Pierre Verger e Roger Bastide, unindo os continentes africano e americano.

Europeus, africanos e nativos americanos sentiram o peso da conquista e da exploração do continente, seja pela solidão, seja pela angústia, seja, ainda, pelo estranhamento. Por parte dos nativos, quase nada ficou das suas ideias, sonhos e esperanças. Não houve futuro para os povos autóctones do continente, devastados por guerras, doenças, misérias de todo o tipo. Os pouquíssimos poemas aztecas, maias e quéchuas são desconhecidos, com raras exceções retiradas dos destroços da história, como a coletânea *El reverso de la conquista*, de Leon Portilla (1978).

Poucos expressaram o estranhamento como o argentino Juan José Saer. Ele relatou as impressões de um europeu perdido nas lhanuras dos rios que deságuam no rio Prata – planícies líquidas plúmbeas que cortam as planícies de terras verdes, sob céus muitas vezes ameaçadores.

> Essa ausência de sentido que, sem ser convocada, nos invade ao mesmo tempo que as coisas, nos impregna, rápida, de um

> gosto de irrealidade que os dias, com seu peso de sonolência adelgaça, deixando-nos apenas um sabor, uma reminiscência vaga ou uma sobra de objeção que turva um pouco nosso comércio com o mundo. (SAER, 2002, p.152).

Não é apenas a natureza que provoca esse estranhamento, mas também a cultura. Nesse sentido, o realismo fantástico é algo que surge no bojo de uma literatura rica, inovadora e comprometida com suas raízes e cruzamentos culturais. Entender a América Latina significa necessariamente ouvir suas músicas, assistir a seus filmes, ver suas danças e talvez dançá-las em uma noite cálida, sob a lua cheia, ligeiramente embriagado pelos licores locais. Envolve participar das festas dos mais variados tipos e gostos, contemplar suas cidades majestosas, onde a miséria e o luxo se sobrepõem, desde os morros ocupados por casebres pendurados nas encostas até as periferias que ora possuem condomínios luxuosos, ora são arrabaldes miseráveis sem nenhuma infraestrutura ou beleza.

E há que se ler seus livros. Tantos conflitos, belezas, guerras e riquezas geraram uma literatura forte e primorosa. Vários de seus/suas escritores(as) ganharam o prêmio Nobel: os poetas chilenos Gabriela Mistral (1945) e Pablo Neruda (1971); o colombiano Gabriel García Márquez (1982); o guatemalteco Miguel Ángel Asturias (1967); o ensaísta e poeta mexicano Octavio Paz (1990); e o peruano Mario Vargas Llosa (2010). O argentino Jorge Luis Borges provavelmente não ganhou o Nobel de Literatura por suas posições conservadoras, o que é uma lástima, pois sua obra é genial.

Na década de 1930, três jovens escritores latino-americanos (Miguel Angel Astúrias, Arturo Uslar e Alejo Carpentier) em Paris, resolveram ignorar o surrealismo francês, desnecessário, segundo eles, pois em seu continente abundava o "real maravilhoso". Surge assim o realismo fantástico, que atinge um dos seus pontos altos com *Cem anos de solidão* (1967) de Gabriel Garcia Marques. Trata-se de uma obra que possui relatos sobre a magia, os milagres, o mítico-lendário e o fantástico que acontecem em Macondo, a cidade fictícia do romance que se tornou, ela mesma, uma realidade fantástica da cultura universal.

Populismo

Do realismo fantástico ao populismo da primeira metade do século XX, o continente adquiriu características próprias, nem todas louváveis, mas autóctones. O populismo foi um fenômeno típico de passagem das arcaicas sociedades agrárias para as sociedades urbanas, industriais e um pouco mais modernas. Aconteceu no México, sob a liderança do General Porfírio Diaz, no final do século XIX, e com Lázaro Cárdenas (1934-1940); na Argentina, com Yrigoyen, na década de 1920, e com Juan Domingo Perón (1946-1955); no Equador, nos governos de José Maria Velasco Ibarra, em diversos momentos entre 1934 e 1972; na Bolívia, com Victor Paz Stensoro e Hermán Siles Suazo, nas décadas de 1930 a 1950; no Brasil, com Getúlio Vargas (1930-1945 e 1951-1954) e o governo trabalhista de João Goulart (anos 1960).

No século XXI, há um recrudescimento populista na Venezuela e na Bolívia, com governos de tendência esquerdista e pouco democráticos. Há também fenômenos localizados de popularidade intensa, como o governo Lula, no Brasil (2003-2010), porém com estruturas democráticas e pluralistas, acompanhadas de grande desenvolvimento econômico. Um padrão no continente é a ditadura cubana, vigente desde 1959, um dos últimos locais do planeta com o rótulo "socialista" e práticas autoritárias e centralizadoras.

Estereótipos

A imagem do continente para o consumo dos países mais avançados, especialmente os Estados Unidos, acontece durante a campanha de propaganda da Segunda Guerra Mundial. Com o intuito de angariar simpatias latino-americanas para as forças aliadas (Estados Unidos, França, Reino Unido e ex-União Soviética), Hollywood aproximou-se do continente ao sul de seu império e construiu estereótipos pretensamente "simpáticos" para atrair parcerias contra o Eixo (Alemanha, Itália e Japão).

Um bom exemplo dessas ideias pré-concebidas passadas ao mundo é o personagem *Zé Carioca*. Trata-se de um simpático papagaio apaixonado

por samba e futebol, que não gostava de trabalhar e vivia da malandragem e do aproveitamento de seus amigos. Tais características foram marcantes e criaram a imagem de que a população brasileira segue essa mesma linha social. Nascido nos estúdios Disney na década de 1940, Zé Carioca iniciou sua carreira em tirinhas de quadrinhos. Sua repercussão mundial se deu por meio dos filmes *Aló, amigos* (1942), indicado às categorias do Oscar de Melhor Som, Melhor Trilha Sonora e Melhor Canção Original, com *Saludos Amigos*, e *Os Três Cavareiros, Você já foi a Bahia?* (1944), indicados para as estatuetas de Melhor Som e Melhor Trilha Sonora de filme Musical. Havia também um personagem mexicano e outro provavelmente argentino, mas foi o estereótipo brasileiro o mais divulgado.

Sobre o Brasil, especificamente, ainda pairam os estereótipos de que o país é o lugar do carnaval, de belas mulheres e do melhor futebol do mundo. Esse imaginário limita as possibilidades de criação de uma correta imagem turística do país, o que explica, em parte, os baixos números de turistas estrangeiros recebidos ao longo da história. O mesmo ocorre, em menor ou maior grau, com outros países latinos. Eles são vistos mundialmente como atrasados, subdesenvolvidos, violentos, sem infraestrutura turística, cheios de florestas, mosquitos e animais selvagens. Essa imagem turística do grande continente limita os esforços dos governos nacionais interessados em criarem estratégias de *marketing* turístico de êxito. Mudar essa imagem no turismo internacional demanda dinheiro, conhecimento, tecnologia, esforço e tempo.

Ditaduras militares

Os momentos trágicos recentes do continente aconteceram durante as ditaduras militares que se espalharam a partir de 1964, com a tomada autoritária do poder no Brasil (até 1985), seguido pelas tomadas sangrentas de poder na Argentina (1966-1983), Chile (1973-1989), Uruguai (1973-1984), Bolívia (1971-1985), Guatemala (1970-1985), Peru (1968-1980), com os regimes de El Salvador (1931-1979) e do Paraguai (1954-1989) tendo maior longevidade nesses regimes de força. Em pleno contexto da

Guerra Fria (1947-1991), as burguesias latino-americanas procuraram se escorar nos militares locais, com apoio tácito dos Estados Unidos. Tal ação trouxe efeitos desastrosos para a economia e cultura locais. Barrou o desenvolvimento, controlou os privilégios intocados de poucos e dificultou os avanços sociais. Porém, alcançou seu objetivo: combater as tendências socialistas e manter o *establishment* adquirido

Problemas pontuais e possíveis soluções para o turismo latino-americano

O contexto descrito e analisado ajudou a criar dificuldades para a sociedade e economia locais e, consequentemente, para o turismo. Deve-se considerar que o turismo não se desenvolve a contento na macrorregião porque sofre os efeitos negativos da má gestão pública, da pobreza e da falta de educação formal de sua da população.

Entre os principais problemas pontuais para o desenvolvimento do turismo na América Latina, podem ser destacadas:

- A pouca preocupação com o meio ambiente em alguns destinos;
- A ausência de trabalhadores capacitados para atender às demandas turísticas;
- A descontinuidade das políticas públicas e planos de turismo. A cada novo governo que assume é comum o estabelecimento de um novo plano turístico.
- A pobreza, em grande parte, da população que habita a macrorregião, ainda que países como Chile, México e Brasil tenham crescido economicamente nos últimos tempos.
- A visão equivocada do estrangeiro sobre o que é a América Latina e suas possiblidades para o turismo. No caso, soma-se a isso a falta de uma imagem clara do turismo nos países.
- As instabilidades econômicas regionais que não permitem a continuidade de planos de investimentos turísticos. Isso dificulta tam-

bém o acolhimento de investimentos estrangeiros no setor de turismo.

- A grande distância dos principais destinos emissores de turistas, entre eles a Europa, a Ásia e até mesmo os Estados Unidos e o Canadá.
- A visão estereotipada das comunidades locais de que o turismo é atividade somente de pessoas ricas e que veem de longe. Tal perspectiva dificulta a inserção das comunidades locais no setor do turismo.

Mas como melhorar essa situação e corrigir seus equívocos? De certa forma, essas questões já foram discutidas anteriormente por Panosso Netto e Trigo (2009) e são aqui retomadas na íntegra.

É evidente a necessidade de se reposicionar a discussão e a ação sobre políticas de turismo, nacionais ou internacionais, públicas ou privadas, setoriais ou comunitárias, macro ou micropolíticas. Vários problemas precisam ser enfrentados. Um deles é acabar com o discurso que só vê qualidades no turismo e condena os críticos como se não tivessem visão estratégica. Outro problema é o costume equivocado de não preparar as comunidades e os diferentes setores para discutir em conjunto e se corresponsabilizarem pelos projetos e políticas turísticas. Fala-se muito sobre a responsabilidade dos governos, mas pouco sobre a responsabilidade da sociedade civil organizada: sindicatos, organizações de ambientalistas ou pessoas interessadas em qualidade de vida; empresários e suas organizações de classe.

O empresariado tem responsabilidade direta quanto ao planejamento, à ética e à manutenção de elevados padrões de qualidade. Quando há problemas nas áreas de turismo ou hotelaria, o empresariado é um dos primeiros setores a ser atingido e é fundamental que a saúde financeira dos países seja preservada, a começar pela saúde das empresas, pois isso é bom não apenas para os empresários, mas também para funcionários, fornecedores, clientes e governos (que vivem dos impostos pagos por todos). É evidente que a responsabilidade recai também sobre os governos. No entanto, as

mudanças que precisam ser feitas são de responsabilidade direta do pessoal ligado ao setor de viagens e turismo.

Acredita-se que outro turismo é possível para a América Latina. Um turismo mais inclusivo, sustentável, responsável, participativo, ético e democrático.

Esse tipo de turismo é uma prática usual em outros destinos. O mundo perdeu muito de sua rebeldia e espontaneidade adquiridas ao longo das décadas de 1950 e 1960, com os movimentos *beat* e *hippie*. Os últimos trinta anos do final do século XX viram o final das propostas socialistas e o amortecimento dos sonhos libertários. Os *yuppies* inauguraram uma versão cínica e materialista da existência, e logo depois a violência explodiu no mundo todo, preenchendo o vazio que se estabeleceu com a derrubada das utopias. Viveu-se o mundo do "possível" e com isso cresceram a miséria e a mediocridade em todo o planeta. As leis do mercado corromperam as leis sociais e tanto a sociedade como o próprio mercado perderam com essa degradação. Apenas uns poucos se tornaram mais ricos e poderosos, dominando um mundo que cada vez mais se parece com os piores pesadelos da ficção científica do século passado. Esse modelo se refletiu na América Latina, em maior ou menor grau, nos diferentes países.

Os acontecimentos do início do século XXI, simbolizados pela derrubada das torres gêmeas de Nova York e pela resposta do Ocidente ao ato terrorista, preconizam mais um século de barbárie.

Como dizer que o turismo é uma bandeira da paz em um mundo cujo belicismo continua a ser uma proposta lucrativa de dominação?

Como afirmar que o turismo ajuda a compreensão entre os povos se as fronteiras estão fechadas para milhões de excluídos?

Como encarar o turismo como possibilidade de desenvolvimento se a globalização ameaça degenerar-se em um sistema "globalitário" e dogmático?

O que fazer com os excluídos em um planeta que esgota irresponsavelmente seus recursos naturais e a escassez de água, alimentos e territórios habitáveis ameaça populações inteiras?

Como será o turismo em 2050 ou 2080?

As possibilidades de crescimento equilibrado, justo e sustentável existem e as novas tecnologias devem privilegiar a vida em detrimento da luta pelo poder hegemônico que engendra o sofrimento e a morte.

A globalização precisa acentuar seus aspectos positivos e deter suas perversões típicas de poder desmedido e falta de visão social. Os destinos pobres, entre eles países da América Latina, da África, da Ásia, do Oriente Médio, estão incluídos nesse contexto. As novas sociedades devem ser fundamentadas no humanismo e no conhecimento científico direcionado ao pleno desenvolvimento dos recursos humanos, naturais e tecnológicos. Depende dessas gerações que vivem agora no planeta o posicionamento ante o futuro. O "iluminismo" deve pairar sobre a cabeça de todos. Para começar, é preciso propor uma agenda de discussões e iniciativas sobre a consciência turística e suas relações com o mundo atual.

Devem ser levados em consideração os seguintes itens para se construir não apenas um turismo melhor na América Latina, mas um mundo inteiro melhor:

- Acesso digital democratizado
- Cidadania
- Combate ao preconceito em geral
- Combate à corrupção, ao crime organizado e à impunidade.
- Combate ao turismo sexual infantil
- Combate ao terrorismo em todas as suas formas
- Democracia política
- Diminuição das desigualdades econômica e social
- Educação até o nível superior para todos
- Entendimento de que o turismo não é apenas um fato econômico
- Ética em todos os níveis governamentais, políticos e sociais
- Globalização com ênfase também no social e não apenas no econômico

- Inclusão em todos os sentidos
- Justiça social
- Melhor distribuição de riquezas
- Maior garantia de acesso às oportunidades para todos
- Pluralismo democrático e cultural
- Recuperação do sentido da paz e da liberdade
- Solidariedade
- Sustentabilidade

O setor de viagens e turismo é um dos mais significativos da economia global, portanto, é importante como construtor de uma nova ordem internacional. O turismo depende de uma sociedade equilibrada e justa para se desenvolver plenamente em qualquer lugar do globo.

Outro tipo de turismo será possível apenas em uma sociedade mais participativa. Capital e conhecimento são importantes nessa construção, mas a revalorização do humanismo é fundamental para que a vida seja preservada e dignificada. A vida humana, a vida animal e vegetal e o próprio planeta, que sustenta todas essas vidas, são os nossos maiores valores. O restante, ou seja, o dinheiro e a capacidade intelectual,deve estar subordinado à vida da maioria, conforme todas as religiões e filosofias simbióticas preconizam há milênios. A humanidade realiza uma viagem pelo planeta que já conta 100 mil anos, período em que houve um imenso progresso material e intelectual, em comparação com os primeiros hominídeos. Todavia, esse progresso não se verificou na consciência de que o planeta é a casa de todos os homens e mulheres, da vida em geral que já estava presente antes mesmo que os primatas aparecessem. A meta daqueles que defendem o bem estar do homem no seu meio ambiente é garantir que todos desfrutem dessa aventura no Universo, e isso a ciência ou a tecnologia não podem garantir isoladamente, visto que cada um tem que fazer a sua parte. É o que pensamos para o turismo na América Latina.

Referências bibliográficas

BELLUZZO, Ana Maria de Moraes. *O Brasil dos viajantes*. v. I, Imaginário do Novo Mundo. Salvador: Fundação Odebrecht/Metalivros, 1994.

COMISSÃO Nacional para as Comemorações dos Descobrimentos Portugueses. *Brasil-brasis: cousas notáveis e espantosas (*A construção do Brasil: 1500-1825*)*. Lisboa: Comissão Nacional para as Comemorações dos Descobrimentos Portugueses, 2000.

FERREIRA, Edemar Cid (Org.). *Mostra do Descobrimento* – O olhar distante. São Paulo: Fundação Bienal de São Paulo, 2000.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. *Visão do Paraíso*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

IANNI, Octávio. *A formação do estado populista na América Latina*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975.

IANNI, Octávio. *O labirinto latino-americano*. Petrópolis: Vozes, 1973.

LAFAYE, J. *Quetzacóatl y Guadalupe*. México: Fondo de Cultura Económica, 1977.

MARQUEZ, Gabriel Garcia. *Cien años de soledad*. Bogotá: Real Academia Española, 2007.

MIRANDA, Ana. *Boca do inferno*. São Paulo: Companhia de Bolso, 2006.

MORAES, J. A. Leite. *Apontamentos de viagem*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

PANOSSO NETTO, A.; TRIGO, L. G. G. *Cenários do turismo brasileiro*. São Paulo: Aleph, 2009.

PAZ, Octavio. *O labirinto da solidão e post. Scriptum*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

PAGE, Michael; INGPEN, Robert. *Enciclopedia de las cosas que nunca existieron*. Madrid: Anaya, 1992.

PALMÉRIO, Mário. *Vila dos Confins*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

PORTILLA, Miguel León. *El reverso de la conquista*. México: Joaquim Mortiz, 1978.

PRADO, Paulo. *Retrato do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

PRATT, Mary Louise. *Ojos imperiales*. México: Fondo de Cultura Económica, 2010.

RAMOS, Graciliano. *Angústia*. São Paulo: Record, 2004.

SAER, Juan José. *O enteado*. São Paulo: Iluminuras, 2002.

STRAUSS, Claude Lévi. *Tristes trópicos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

WILSON, Colin. *Atlas dos lugares e monumentos sagrados*. Lisboa: Livros e Livros, 1996.

CAPÍTULO 2

ECONOMIA E TURISMO NA AMÉRICA LATINA E CARIBE

Glauber Eduardo de Oliveira Santos

Este capítulo aborda as relações entre turismo e economia na região da América Latina e Caribe (ALC), a qual é composta por 52 países e territórios que se estendem da Patagônia ao México, incluindo as mais de sete mil ilhas banhadas pelo Mar do Caribe[1]. Trata-se de uma região imensamente diversa em termos geográficos, culturais, econômicos, políticos e turísticos. Tamanha diversidade impõe grandes desafios para a síntese e análise da realidade local em toda sua dimensão e complexidade. No entanto, a existência de relações importantes entre os países e territórios da região torna essa empreitada necessária e valiosa.

O primeiro e principal aspecto comum que atribui unidade à ALC é o processo de colonização europeia de suas terras. A maior parte desse território foi colonizada por Espanha e Portugal, ainda que França, Holanda, Inglaterra e Estados Unidos também tenham tomado parte na ocupação, especialmente na região do Caribe. A história econômica da ALC está associada à exportação de matérias primas e produtos agrícolas. Os primeiros

1 A América Latina em si reúne o conjunto de países americanos de colonização espanhola ou portuguesa. O Caribe corresponde aos países e territórios banhados pelo Mar do Caribe, incluindo ilhas e áreas continentais. Neste estudo, a definição operacional de América Latina e Caribe (ALC) inclui os seguintes países e territórios: Anguila, Antígua e Barbuda, Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Belize, Bermuda, Bolívia, Bonaire, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Curaçao, Dominica, El Salvador, Equador, Granada, Guadalupe, Guatemala, Guiana, Guiana Francesa, Haiti, Honduras, Ilhas Cayman, Ilhas Virgens Americanas, Jamaica, Martinica, México, Montserrat, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, Porto Rico, República Dominicana, Saba, Saint Barthélemy, Saint Martin, Santa Lúcia, Santo Eustáquio, São Cristóvão e Névis, São Vicente e Granadinas, Sint Maarten, Suriname, Trinidad e Tobago, Turks e Caicos, Uruguai e Venezuela.

produtos importantes da região foram açúcar, prata e ouro. Assim, nos primeiros séculos após a chegada dos europeus, a economia da região se desenvolveu principalmente pela constituição de fazendas monocultoras e organizações mineiras. Essas unidades produtoras deram origem às oligarquias que dominaram o poder e moldaram a sociedade local. A mão-de-obra escrava e indígena foi utilizada em larga escala, e a segregação entre brancos e não brancos, pobres e ricos, se manteve acirrada por séculos. As oligarquias também definiram a natureza do estado, seu funcionamento, vícios e fraquezas.

Vários dos países mais importantes da ALC se tornaram independentes na primeira metade do Século XIX. No mesmo século, com a abolição do escravismo e aumento da imigração, iniciaram-se algumas mudanças estruturais no sistema econômico vigente. Contudo, as características fundamentais das sociedades e economias latino-americanas foram mantidas até as primeiras décadas do Século XX (FURTADO, 1970; 2003). As mudanças mais evidentes na economia e sociedade da região começaram a partir do fim da Primeira Guerra Mundial, com o início do processo de industrialização e mudanças na ordem política. Desde então, a história da região foi marcada por revoluções, golpes de estado, guerras civis, ditaduras e governos populistas. Os governos populistas de Perón na Argentina (1946-1955), Vargas no Brasil (1930-1945 / 1951-1954) e Cárdenas no México (1934-1940) destacam-se na primeira metade do Século XX, enquanto na segunda metade sobressaem-se os regimes ditatoriais militares presentes em diversos países da ALC, incluindo Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, El Salvador, Equador, Guatemala, Haiti, Honduras, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela.

O peso da influência europeia sobre a ALC diminuiu ao longo do século XX, à medida que os Estados Unidos se tornavam a principal potência ocidental. O poder estadunidense na região cresceu significativamente após a vitória dos Aliados na Segunda Guerra Mundial. A Guerra Fria com a União Soviética ampliou o interesse daquele país sobre a ALC quando a expansão do comunismo no mundo tornou-se para eles uma preocupação fundamental. A política externa dos Estados Unidos contribuiu substancialmente para o estabelecimento de uma influência massiva nos âmbitos político, diplomático, militar, econômico e cultural. No entanto, os países da

ALC continuaram a ocupar um lugar periférico no cenário mundial, ainda que o papel de economia central tenha mudado de mãos. Essa condição periférica permanente deu origem à escola estruturalista do pensamento econômico liderada por Raúl Prebisch e Celso Furtado (FILIPPO, 2009). As ideias dessa escola tiveram influência significativa em algumas políticas econômicas da ALC, mas infelizmente elas não foram suficientes para libertar a ALC de sua condição periférica e colocar a região no caminho do desenvolvimento endógeno. Depois de sua revolução, Cuba se tornou o único enclave antiestadunidense significativo na ALC. Contudo, o embargo comercial e financeiro imposto pelos Estados Unidos contra Cuba teve um profundo impacto sobre sua economia e sociedade, realidade que apenas começou a avistar um fim no ano de 2014.

Os prejuízos sociais e econômicos diretos dos distúrbios sociopolíticos ocorridos ao longo do século XX constituíram revezes substanciais para muitos países. Muitos anos foram necessários para compensar a perda de qualidade de vida das populações envolvidas nesses eventos. Esses distúrbios também levaram à desestruturação dos países, prejudicando o crescimento econômico de longo prazo. Instabilidade econômica, inflação, endividamento público e isolamento comercial foram características marcantes da economia de grande parte dos países da ALC ao longo do Século XX. Os inúmeros planos econômicos governamentais e projetos de ajuda externa não conseguiram efetivamente colocar a economia latino-americana na rota do desenvolvimento. Reduções nos preços das *commodities* de exportação desferiram golpes adicionais na economia da região. Ineficiência, burocracia e a corrupção do estado também contribuíram para minar o projeto latino-americano de desenvolvimento econômico. Explosões localizadas de crescimento foram quase sempre precedidas e seguidas por décadas de estagnação. O resultado desse conjunto de fatores foi um crescimento econômico insuficiente para tirar a ALC da pobreza, condenando a região ao subdesenvolvimento.

Hoje o conjunto de países da ALC concentra 8,3% do PIB mundial. Em termos absolutos, dois países se destacam como grandes economias. O Brasil, com um PIB de US$ 2,2 trilhões, ocupou em 2014 a posição de sétima maior economia do mundo, de acordo com os dados do Fundo Monetário Internacional. O México, com um PIB de US$ 1,3 trilhão,

ocupou a 16ª posição no ranking mundial. Argentina, Colômbia, Chile, Peru, Porto Rico e Venezuela podem ser considerados de economia média, com PIB superior a US$ 100 bilhões. Quatorze países da ALC têm PIB entre US$ 100 bilhões e US$ 10 bilhões.

A relativa grandeza econômica de alguns países da ALC se revela ilusória quando a dimensão das populações é levada em consideração. O Brasil, com uma população de 200 milhões de habitantes, tem um PIB *per capita* anual de apenas US$ 11,2 mil. No México, considerada a população de 122 milhões, a renda média é de US$ 10,3 mil. O PIB *per capita* médio da ALC é de apenas US$ 9,8 mil, valor equivalente a pouco menos de um quinto da renda média dos cidadãos estadunidenses. A discrepância entre os países da região também é considerável. Bermuda, com um PIB *per capita* de US$ 84,5 mil, é o único país de alta renda da ALC. Dentre os países de renda média (acima de US$ 15 mil) estão Porto Rico, Aruba, Bahamas, Trinidad e Tobago, Uruguai e Chile. No extremo inferior estão Haiti, Nicarágua, Honduras, Bolívia, Guatemala, Guiana, El Salvador e Paraguai. A renda *per capita* anual no Haiti é de apenas US$ 820, menos de 1% da renda *per capita* nas Bermudas!

Os problemas sociais, políticos e econômicos vividos recentemente pelos países da ALC levaram a um crescimento econômico insatisfatório. Entre 1960 e 2013, a renda *per capita* da ALC cresceu a uma taxa de apenas 1,8% ao ano. No mesmo período, a renda *per capita* cresceu anualmente 3,6% nos países da Ásia e Pacífico e 2,2% nos países da União Europeia. República Dominicana, Panamá, Belize, Porto Rico e Chile se destacam como os países latino-americanos que mais cresceram nesse período. Do outro lado estão desastres do crescimento, como Nicarágua e Venezuela, países cuja renda cresceu em torno de 0,15% ao ano entre 1960 e 2012.

A ALC está longe de ser uma região rica. A miséria é parte integrante da realidade nessa parte do mundo. Favelas, moradores de rua e miseráveis do campo são exemplos trágicos da enorme desigualdade social existente. Segundo o Índice de Gini, dentre os vinte países com pior distribuição de renda[2], onze são latino-americanos (UNDP, 2014). Os 10% mais ricos de cada país recebem entre 30% e 46% da renda total, enquanto

2 Informação disponível apenas para 137 países.

os 10% mais pobres ficam com algo entre 0,8% e 1,9% da renda nacional (World Bank, 2015). Alguns dos países com piores distribuições de renda na região são Haiti, Honduras, Bolívia, Colômbia, Guatemala e Brasil.

O nível de renda mediano e a enorme desigualdade resultam em uma condição de vida relativamente baixa entre os países da ALC. O Chile possui o maior Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) da região, mas ocupa apenas a 41ª posição no ranking mundial[3]. Cuba, Argentina e Uruguai também estão entre os 50 países com maior IDH. Por outro lado, nove países da ALC não estão sequer entre os 100 IDHs mais altos. Dentre os países com piores condições de vida estão Haiti, Nicarágua, Honduras e Guatemala.

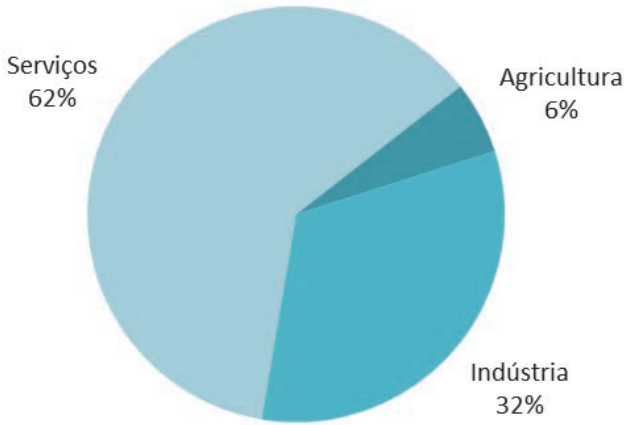
A produção industrial supera a do setor primário em quase todos os países da ALC[4]. A indústria responde por mais da metade do PIB em Trinidad e Tobago, Venezuela e Porto Rico. Nos dois primeiros, a principal atividade industrial é a petroquímica. Já Porto Rico ocupa-se essencialmente de produzir manufaturados para exportar aos Estados Unidos em virtude das vantagens tarifárias gozadas por sua condição política de estado associado àquele país. No entanto, atualmente é o setor terciário que predomina na economia dos países latino-americanos. O turismo, como será discutido em detalhe mais adiante, constitui a principal atividade em diversas ilhas do Caribe. Serviços bancários também se destacam como importante item da pauta de exportações de algumas localidades, como Bahamas e Ilhas Cayman. No restante dos países da ALC, a maior parte da produção do setor terciário se destina ao fornecimento de serviços de varejo, transporte, moradia, informação, educação, saúde e administração pública para os mercados consumidores domésticos. O setor terciário responde por 62% da produção latino-americana, enquanto a indústria representa 32% e o setor primário 6%, conforme apresentado na Figura 1.

---

3 As informações sobre o IDH são do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (UNDP, 2013).

4 As informações gerais sobre a economia dos países foram extraídas da base de dados do Banco Mundial (WORLD BANK, 2012). As principais estatísticas citadas ao longo do texto estão disponíveis para cada país nos apêndices 1 e 2.

Figura 1: Distribuição do PIB da ALC por setores



Fonte: World Bank (2015).

Em meio ao complexo contexto econômico da ALC, o turismo surge como uma alternativa com grande potencial para geração de renda e bem-estar. Entretanto, seu desenvolvimento impõe inúmeros desafios aos países da região. A situação atual dessa atividade na ALC, o potencial da região, suas deficiências e perspectivas futuras são analisados nas próximas seções.

Mas, antes de seguir adiante, uma explicação se faz necessária. A realidade da ALC é extremamente heterogênea, o que dificulta enormemente o desenvolvimento de uma análise sintética. A região é formada por países com dimensões geográficas, populacionais e econômicas extremamente distintas. As diferenças entre os países estão também nas distâncias em relação aos principais mercados emissores, no clima, na oferta de recursos naturais e culturais, em suas condições sociopolíticas, e em muitos outros aspectos. O processo analítico do turismo na ALC pode ser facilitado pela identificação de algumas zonas mais homogêneas que o todo, estratégia que será utilizada em alguns trechos deste capítulo. Nesse sentido, pode-se identificar América do Sul, América Central e Caribe insular como zonas relativamente menos díspares. O México constitui uma categoria à parte, especialmente pela combinação de sua dimensão e localização. Algumas diferenciações relevantes também podem ser feitas entre as Grandes Antilhas e o restante do Caribe insular, em virtude da diferença no tamanho

dos países e territórios que compõem essas duas áreas. Cuba é outro país que merece atenção diferenciada por sua condição sociopolítica especial[5].

Potencial e entraves ao turismo na América Latina e Caribe

A oferta de atrativos turísticos da ALC é ampla, diversificada e composta por inúmeros elementos de relevância mundial. O conjunto de recursos naturais vai de praias paradisíacas a montanhas nevadas, incluindo florestas exuberantes e uma riquíssima biodiversidade. A região possui incontáveis praias de primeira linha e consagradas internacionalmente[6]. A Amazônia, floresta úmida que se estende por nove países da América do Sul, concentra paisagens e espécies de extraordinário valor e imenso potencial para a atração de turistas. A Cordilheira dos Andes e a Patagônia oferecem inúmeras oportunidades para o turismo de frio e montanha, incluindo esportes de inverno e aventura.

Além desses pontos de incontestável destaque, diversas outras áreas da ALC oferecem atrativos naturais relevantes. A região tem 36 patrimônios naturais da humanidade tombados (UNESCO, 2015). Dentre os dez países com maior biodiversidade no mundo, sete são latino-americanos[7]. O Brasil desponta no topo dessa lista com mais de três mil espécies conhecidas. De acordo com o Índice de Competitividade em Viagens e Turismo (ICVT), desenvolvido pelo Fórum Econômico Mundial (World Economic Forum, 2011), o Brasil tem a melhor oferta turística natural do mundo. Costa Rica e México também estão entre os dez primeiros desse

5 A realidade de Cuba é tão diferenciada que receberá pouca atenção na presente análise, a fim de viabilizar uma síntese mais representativa da realidade da ALC como um todo. A complexidade do caso cubano tem propiciado inúmeros estudos específicos, os quais podem ser consultados para análises mais detalhadas. Alguns desses estudos são Henthorne e Miller (2003), Padilla e McElroy (2007), Mak, Tony e Babu (2008), Sharpley e Knight (2009) e Taylor e McGlynn (2009).

6 De acordo com o prêmio organizado pelo TripAdvisor (2014), as três melhores praias do planeta estão na ALC: Baía do Sancho (Brasil), Grace Bay (Turks e Caicos) e Praia Flamenco (Porto Rico).

7 Dados da "Red List of Threatened Species 2010" publicada pela International Union for Conservation of Nature (IUCN) e disponível em WEF (2012).

ranking. De fato, a Costa Rica é internacionalmente reconhecida como um exemplo de desenvolvimento do turismo de natureza (MATARRITA-CASCANTE, 2010; SIMMS, 2010; WEAVER, 1999). Além disso, Panamá, Peru, Equador, Colômbia, Argentina, Venezuela e Bolívia também fazem parte do pelotão de elite mundial da oferta turística natural.

A oferta de atrativos culturais da ALC também é destacada. Ruínas pré-colombianas se estendem de norte a sul, tendo Machu Picchu e as pirâmides mexicanas como alguns de seus maiores expoentes. Além disso, a região oferece diversas atrações culturais relacionadas à história colonial e recente dos países. Ao todo, a ALC tem 99 patrimônios culturais da humanidade tombados (Unesco, 2015). Vinte e seis desses lugares estão no México, quinto país com maior número de patrimônios culturais da humanidade no mundo e primeiro na região. Festas, folguedos, práticas artesanais e manifestações culturais modernas complementam o mosaico de atrações culturais da região. De acordo com o ICVT, México e Brasil estão entre os 25 países com melhor oferta turística cultural no mundo (WORLD ECONOMIC FORUM, 2011). O potencial turístico cultural de Argentina, Colômbia e Peru também merece destaque em nível global, posicionando-se entre os 50 primeiros colocados.

Mas os elementos motivadores das viagens na ALC não se restringem às atrações naturais e culturais. Diversão, saúde, religião, negócios, amigos e parentes também representam importantes geradores de fluxos turísticos na região. O turismo médico tem se desenvolvido de maneira significativa em alguns países da ALC, principalmente em virtude da competitividade de preços. A qualidade dos serviços médicos em determinadas especialidades também contribui para o crescimento dessa atividade, como é o caso do tratamento de câncer em Cuba e da cirurgia plástica no Brasil. O turismo religioso na ALC se destaca principalmente no nível doméstico, estando frequentemente associado a festividades e devoções cristãs. A Basílica de Guadalupe no México e o Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida no Brasil são exemplos de atrações desse segmento, cada um recebendo mais de dez milhões de visitantes anualmente. Os negócios também motivam parcelas expressivas dos turistas internacionais e domésticos da ALC. Países de economia de grandes dimensões, como Brasil e México, e países muito abertos ao

comércio internacional, como Panamá e Porto Rico, são importantes destinos para o turismo de negócios. Por fim, as visitas a amigos e parentes motivam um grande número de viagens, sobretudo com destino às áreas mais densas. Países populosos como Brasil, México e Colômbia têm grandes fluxos de turistas dessa natureza. O mesmo ocorre com as grandes cidades da região, como São Paulo, México, Buenos Aires, Rio de Janeiro, Lima e Bogotá.

O grau de aproveitamento do enorme potencial turístico da ALC é muito heterogêneo. Muitos países do Caribe insular utilizam seus potenciais de forma relativamente satisfatória. No entanto, a maior parte da ALC ainda aproveita parcamente o potencial turístico existente. Nesse sentido, talvez a América do Sul seja a zona com menor eficiência no uso de seus recursos turísticos, convertendo um imenso potencial em alguns poucos milhões de turistas (SANTANA, 2001).

De maneira geral, os países da ALC sofrem com problemas estruturais diversos que minam suas capacidades de desenvolver a atividade turística. Instabilidade econômica e financeira, desemprego estrutural, pressões inflacionárias, desigualdade na distribuição da renda, urbanização descontrolada, falta de segurança, problemas de saúde e incerteza política são alguns dos principais fatores estruturais que prejudicam as perspectivas do turismo na região (STRIZZI, MEIS, 2001). Esses problemas dificultam o desenvolvimento do turismo de diferentes formas. Em primeiro lugar, tais dificuldades concorrem com o turismo pelos recursos disponíveis para investimentos públicos e privados. A urgência dos problemas sociais muitas vezes acaba colocando as ações de desenvolvimento do turismo no segundo plano. A má gestão do setor também é uma consequência das condições sociais, educacionais e econômicas precárias. Além disso, as mazelas do subdesenvolvimento causam problemas diretos à experiência dos turistas, como os decorrentes dos congestionamentos, da poluição e da falta de segurança[8]. Por fim, os diversos problemas estruturais denigrem a imagem

8 Uma análise interessante da relação entre segurança pública e turismo na Colômbia pode ser obtida em Ospina (2006).

dos destinos latino-americanos e caribenhos, afastando os turistas. Pobreza, corrupção e episódios de caos são facilmente disseminados pela mídia e contribuem significativamente para a formação de um imaginário negativo.

Além dos problemas estruturais gerais, problemas específicos da organização e oferta turística também atrapalham o desenvolvimento do turismo nos países da ALC. Poucos países encaram o turismo como prioridade econômica. Nessa pequena lista destacam-se Jamaica, Barbados, República Dominicana e Costa Rica (WORLD ECONOMIC FORUM, 2011). Não por acaso, nesses países o turismo tem se desenvolvido substancialmente. No entanto, na maior parte da ALC, a falta de esforços direcionados ao desenvolvimento do turismo contribui para o aproveitamento apenas parcial do potencial existente. Em cada país o turismo encontra diferentes gargalos que impedem seu pleno desenvolvimento.

Um dos requisitos mais importantes para o desenvolvimento do turismo nos países é o transporte aéreo. Essa atividade é especialmente relevante, para os países da ALC, em razão das grandes distâncias entre esses e os mercados emissores europeu e asiático. A América do Sul, diferentemente da América Central e do Caribe insular, está distante também do importante mercado consumidor estadunidense, fato que torna o transporte aéreo ainda mais essencial para essa zona. Contudo, infelizmente, as condições do setor aéreo na ALC não são favoráveis. A infraestrutura aeroportuária é precária em diversos países das Américas do Sul e Central, como Paraguai, Nicarágua, Guiana, Bolívia, Guatemala, Suriname e Venezuela (WORLD ECONOMIC FORUM, 2011). Os serviços aéreos também são ruins em muitos países, sobretudo em razão da herança deixada por empresas aéreas estatais ineficientes, que contavam com proteção do governo contra a concorrência. A desregulamentação aérea e a ampliação da concorrência nos países da ALC é um fenômeno recente e ainda incompleto. Apesar de algumas companhias aéreas alegarem adotar a estratégia de baixo custo e baixo preço, poucas são as empresas que efetivamente seguem esse posicionamento de *marketing*. Mas, apesar dessas dificuldades, o setor aéreo de alguns países têm se renovado rapidamente, sobretudo por meio de fusões e aquisições, fenômeno que tem favorecido o surgimento de empresas internacionalmente competitivas.

A infraestrutura de transportes terrestres também é precária em muitos países da região. Rodovias mal conservadas prejudicam o turismo doméstico independente. A dificuldade de acesso por terra, água ou ar torna inviável o desenvolvimento turístico de muitas localidades que oferecem recursos importantes. Incontáveis cachoeiras, montanhas, monumentos e outros atrativos de grande valor permanecem isolados do mundo e com baixo aproveitamento em virtude da falta de infraestrutura de acesso.

A oferta de serviços turísticos na ALC é bastante heterogênea. Dentre os estabelecimentos de hospedagem, além dos hotéis comuns e pequenas pousadas, destacam-se os hotéis de rede, resorts e navios de cruzeiro. A rápida expansão das cadeias internacionais tem alterado rapidamente o cenário da hotelaria nas grandes cidades da região, levando a um processo de internacionalização do padrão de serviços por parte de todo o setor (ÁLVAREZ; CARDOZA; BERNARDO, 2005; PROSERPIO, 2007). Os resorts se destacam principalmente no Caribe insular e México (HARRISON; JAYAWARDENA; CLAYTON, 2003; ISSA; JAYAWARDENA, 2003; MONTERO, 2011), mas têm apresentado tendência de expansão no restante da América Latina. Os cruzeiros marítimos também são característicos do Caribe (HALL; BRAITHWAITE, 1990; JAYAWARDENA, 2002; KESTER, 2003; LAWTON; BUTLER, 1987; WOOD, 2000). Em vários países e territórios banhados pelo Mar do Caribe, mais da metade dos visitantes são cruzeiristas[9]. Nas Ilhas Cayman e em Dominica, essa participação passa de três quartos. Mais recentemente, o mercado de cruzeiros marítimos também vem ganhando importância em alguns países da América do Sul (SAAB; RIBEIRO, 2004), com destaque para os cruzeiros de verão no Brasil, Colômbia e Venezuela e para os cruzeiros austrais no Chile e Argentina.

Hotéis de rede, resorts e navios de cruzeiro são frequentemente criados a partir de grandes investimentos estrangeiros, os quais concentram grande parte dos benefícios econômicos gerados. Por outro lado, os custos sociais e ambientais desses equipamentos muitas vezes são significativos. As preocupações sociais vão desde o desconforto da população local com a presença maciça

9 Segundo dados do Anuário Estatístico da OMT (UNWTO, 2010).

de turistas, até a hostilidade e a violência (BOXILL, 2004; JAYAWARDENA, 2002). Os impactos ambientais podem incluir ocupação de áreas frágeis por parte dos resorts, poluição marítima pelos navios e uso excessivo de recursos naturais por ambos. Adicionalmente, os turistas que se hospedam em resorts ou viajam em navios usualmente têm pouco ou nenhum envolvimento com a comunidade dos destinos visitados. A renda não circula e a segregação social é evidente. Por fim, os cruzeiros ainda concorrem com outros tipos de turismo, causando um efeito de expulsão de parte do turismo tradicional (BRESSON; LOGOSSAH, 2011; BRIDA; ZAPATA, 2010). Esse conjunto de fatores faz que a dimensão do resultado líquido de hotéis de rede, resorts e navios de cruzeiro, para a economia local, seja muitas vezes duvidosa.

O crescimento dos grandes estabelecimentos de serviços turísticos nos principais destinos da ALC tem levado à redução da participação das empresas de propriedade dos cidadãos locais. No entanto, essas empresas ainda são maioria nos destinos menores, que não têm escala suficiente para suportar grandes estabelecimentos. As empresas de propriedade local também se concentram nas atividades de alimentação, agenciamento, guiamento, varejo e outros serviços de apoio nos grandes destinos. Essas empresas geralmente seguem o padrão de administração familiar, por vezes apresentando problemas de baixa qualidade dos serviços e ineficiência na utilização de recursos.

Diversas iniciativas de desenvolvimento de formas mais brandas e integradas de turismo têm sido realizadas (BARTHOLO; SANSOLO; BURSZTYN, 2009; BOXILL, 2003; DAHLES; KEUNE, 2002; MOWFORTH; CHARLTON; MUNT, 2007; TREJOS; CHIANG, 2009). A busca de um modelo de turismo mais sustentável inclui a tentativa de obter efeitos econômicos mais bem distribuídos, ao mesmo tempo que os impactos sociais e ambientais negativos são minimizados. Infelizmente, essas iniciativas ainda são encontradas em quantidades insuficientes para definir a realidade do turismo na ALC, constituindo, de fato, promessas futuras.

Turismo internacional

Em 2013, a ALC recebeu 86,1 milhões de turistas internacionais, quantidade que corresponde a apenas 7,9% do total mundial de 1.087

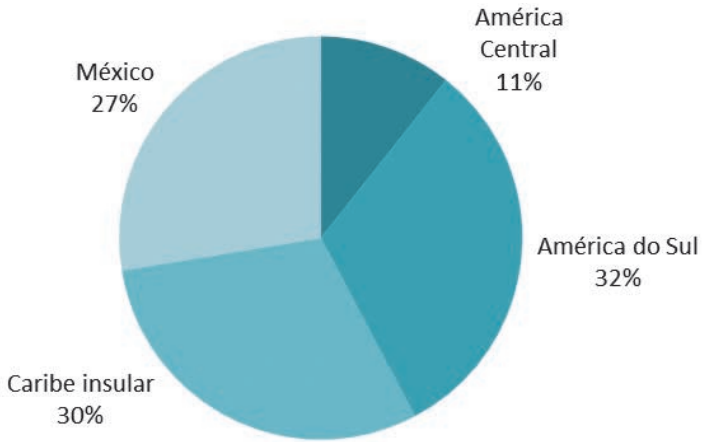
milhões de chegadas de turistas internacionais ocorridas naquele ano[10]. O total de turistas recebidos pela ALC é relativamente pequeno se comparado, por exemplo, aos 83,0 milhões de turistas da França. Ainda mais grave é o fato de que a participação da ALC no cenário turístico mundial tem diminuído nos últimos tempos. Nas duas últimas décadas, o ritmo de crescimento do fluxo turístico na região foi menor que no restante do mundo. Entre 1990 e 2013, as chegadas internacionais na ALC cresceram a uma taxa média de apenas 3,4%, ao passo que no mundo a taxa de crescimento do turismo no mesmo período foi de 4,1%.

Mas essa situação desfavorável não é representativa da realidade de todos os países da região, já que o fluxo turístico receptivo internacional dos países da ALC é muito díspar. A maior parte dos países da região recebe quantidades relativamente pequenas de turistas, enquanto alguns poucos atraem fluxos significativos. O México se destaca como o principal país receptor da ALC, com 23,7 milhões de chegadas anuais em 2013. A diferença entre este e os demais países da região é substancial. O México recebe mais de 4,2 vezes o número de turistas que visitam o Brasil, segundo colocado no ranking de maiores destinos turísticos da ALC. Uma das principais vantagens competitivas do México está na sua localização, já que o país faz fronteira com o enorme mercado consumidor estadunidense. Com efeito, cerca de 42% do fluxo turístico receptivo mexicano se destina unicamente à área de fronteira. Mesmo entre aqueles que ultrapassam a zona fronteiriça e visitam outras partes do país, 82% são estadunidenses (SECRETARÍA DE TURISMO (MÉXICO), 2011).

O receptivo mexicano responde por 27% do fluxo turístico internacional da ALC. O conjunto de países da América do Sul totaliza 32% desse fluxo e o Caribe insular 30%, restando 11% para os países centro-americanos, conforme apresentado na Figura 2.

10 As informações sobre o fluxo internacional de turistas são da Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 2014).

Figura 2: Distribuição do fluxo turístico receptivo internacional da ALC por regiões

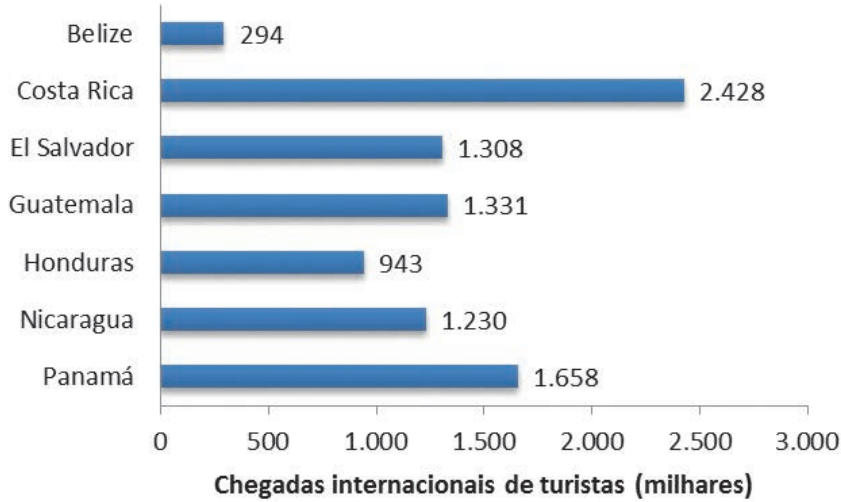


Fonte: Unwto (2014).

A distribuição do fluxo turístico receptivo internacional entre regiões da ALC se alterou sensivelmente nas últimas décadas. Em 1990, a fatia de mercado do México atingia 45%, enquanto a parcela da América do Sul era de apenas 20% e da América Central 5%. Portanto, nas duas últimas décadas o turismo internacional cresceu com mais vigor nas Américas do Sul e Central do que no México e nas ilhas do Caribe.

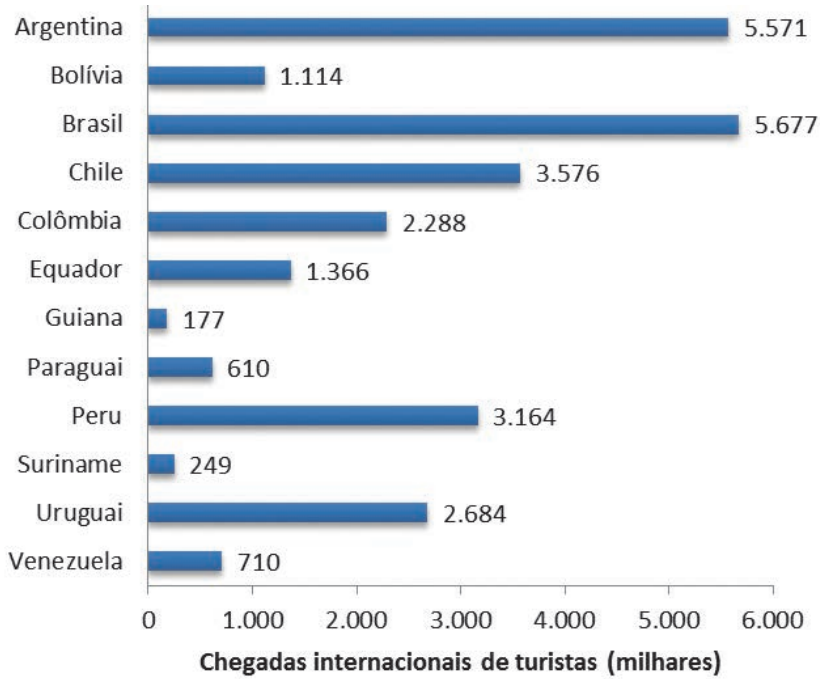
Atualmente, na América Central o principal destino é a Costa Rica, atraindo pouco mais de 2,4 de turistas. Cada um dos demais países centro -americanos recebe cerca de um milhão de turistas internacionais, exceto Belize, país que tem um fluxo bem menor, conforme apresentado na Figura 3. Dentre os destinos da América do Sul, destacam-se Brasil e Argentina com mais de cinco milhões de chegadas internacionais anuais. O Chile recebe anualmente quase de 3,6 milhões de turistas estrangeiros, enquanto Peru, Uruguai e Colômbia superam a marca de dois milhões, conforme dados da Figura 4. Por fim, na região do Caribe insular, a República Dominicana se destaca sensivelmente como destino turístico internacional, recebendo quase 4,7 milhões de viajantes estrangeiros por ano. Dentre os países dessa região, Porto Rico, Cuba e Jamaica também são destinos relativamente bastante visitados (Figura 5).

Figura 3: Fluxo turístico receptivo internacional da América Central por países



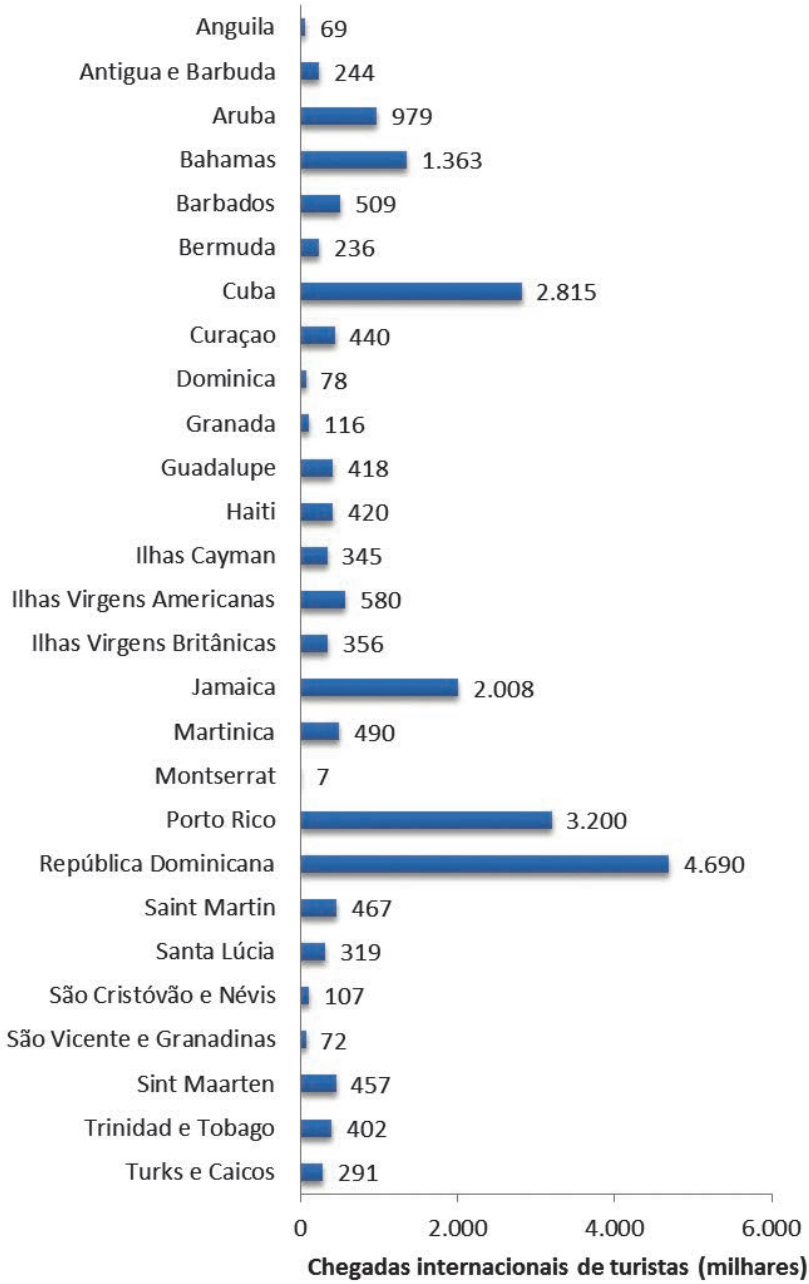
Fonte: Unwto (2014).

Figura 4: Fluxo turístico receptivo internacional da América do Sul por países



Fonte: Unwto (2014).

Figura 5: Fluxo turístico receptivo internacional do Caribe insular por países



Fonte: Unwto (2014).

A maior parte do fluxo turístico internacional receptivo da ALC é regional[11]. Cerca de 78% dos turistas que visitam países da região são residentes nas Américas. Em alguns casos, como Guatemala e El Salvador, o mercado regional responde pela quase totalidade do fluxo receptivo internacional. A Europa também constitui um importante mercado consumidor do turismo na ALC, respondendo por 16% do total de chegadas internacionais da região. A participação desse mercado emissor é especialmente relevante nos territórios franceses, como Guadalupe, Martinica e Guiana Francesa.

Contribuição do turismo às exportações

A importância do turismo receptivo internacional para a geração de renda nos países da ALC é extremamente heterogênea. A atividade turística é o principal item de exportação e principal motor da economia em vários países do Caribe insular. Nessa região, o modelo exportador de produtos agrícolas foi rapidamente substituído pelo turismo durante a segunda metade do século XX (CEPAL, 2010). A partir dos anos 1980, o turismo passou a responder por mais da metade do total de exportações de bens e serviços em diversas ilhas caribenhas. Em Antígua e Barbuda, a parcela do turismo no total de exportações chegou a atingir incríveis 81% em 1989 (CEPAL, 2011)!

Em meados dos anos 1990, a participação do turismo na economia caribenha começou a diminuir. Várias políticas de diversificação das exportações na região buscaram reduzir a dependência do turismo. Além disso, a desaceleração do crescimento do número de chegadas internacionais também contribuiu para a perda de importância relativa do turismo. No entanto, ainda hoje os ingressos de viajantes estrangeiros representam o principal item da pauta de exportações em vários países da região. Excluindo-se Trinidad e Tobago, Cuba e Porto Rico, países de economia diferenciada[12], a participação

11 As informações sobre a origem dos turistas internacionais são da Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 2010).

12 Trinidad e Tobago é um país cuja economia é fortemente atrelada à exportação de derivados do petróleo. A economia de Cuba é altamente singular por viver sob um regime socialista e sofrer um embargo econômico, comercial e financeiro imposto pelos Estados Unidos. A

média do turismo nas exportações dos demais países insulares caribenhos atinge 40,6%[13]. Em todo o mundo, a dependência do ingresso de estrangeiros entre os países insulares do Caribe é apenas comparável àquela dos pequenos países insulares do Pacífico Sul. Essa enorme dependência do turismo é fonte de diversas preocupações (JAYAWARDENA; RAMAJEESINGH, 2003), especialmente em razão da volatilidade da demanda turística.

Em comparação com o Caribe insular, o papel do turismo na pauta de exportações na América Latina é modesto. Na América Central, Belize se destaca com uma receita turística internacional que responde por 28,3% dos ingressos obtidos com o comércio internacional de bens e serviços. No restante da região, a participação do turismo no total das exportações está entre 8,4% e 19,0%. Dentro dessa faixa, Costa Rica e Panamá ocupam a dianteira, enquanto Honduras e Nicarágua encontram-se na retaguarda. O Panamá é o país centro-americano cuja participação do turismo nas exportações cresceu mais rapidamente nos últimos tempos, passando de meros 4,9% em 1995 para 14,0% em 2012.

Já na América do Sul, a importância do turismo internacional para as exportações é sensivelmente menor. A razão média entre receitas turísticas internacionais e exportações é 3,6%. O único país em que a participação do turismo nas exportações supera a marca de 10% é o Uruguai (16,4%). A Venezuela ocupa a última posição neste ranking com uma participação de 0,9% do turismo no total de exportações.

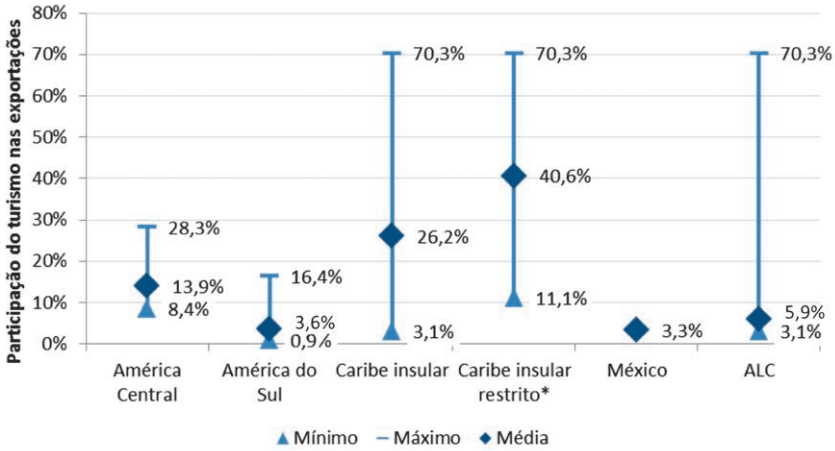
Por fim, apesar da importância do México como destino turístico da ALC, a dependência daquele país em relação ao turismo internacional não é grande. A receita turística internacional representa apenas 3,3% do total de exportações mexicanas de bens e serviços. As participações mínima, média e máxima do turismo no total de exportações de bens e serviços dos países de cada zona da ALC são apresentadas na Figura 5.

---

economia de Porto Rico é moldada pela condição política do país, de estado livremente associado aos Estados Unidos.

13 As informações sobre as receitas turísticas internacionais foram extraídas da base de dados do Banco Mundial (WORLD BANK, 2012).

Figura 6: Participação do turismo no total de exportações de bens e serviços dos países da ALC por região



Fonte: Cálculos do autor a partir de dados do World Bank (2014).
* Caribe insular sem Trinidad e Tobago, Cuba e Porto Rico.

Turismo doméstico

Poucos países possuem estatísticas sobre o turismo doméstico, o que restringe bastante as possibilidades de análise desse fluxo. A demanda doméstica anual no Brasil é de aproximadamente 190 milhões de viagens (FIPE, 2012), o que representa cerca de 97% do total de viagens turísticas ocorridas no país. No Peru, 82% dos hóspedes em estabelecimentos hoteleiros são domésticos[14]. No México, essa parcela é de 76%, no Chile, 69%, e na Bolívia, 68%. Por outro lado, na Nicarágua e em Porto Rico a participação do turismo doméstico no total de hóspedes hoteleiros gira em torno de 30%. Por fim, no Uruguai e nas Ilhas Virgens Americanas essa parcela é inferior a 10%.

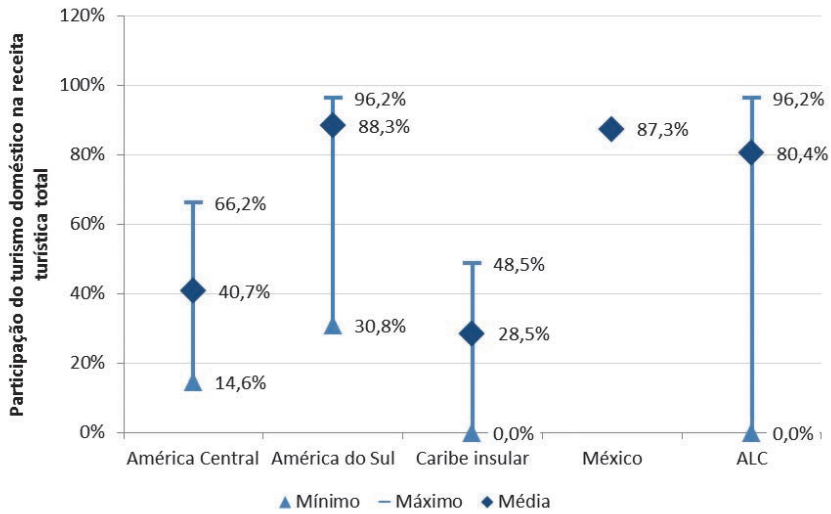
Esses números confirmam que o turismo doméstico tende a ser mais relevante em países com grandes mercados consumidores e com ampla oferta de destinos turísticos. Quando a população do país é pequena e

14 As informações sobre a origem doméstica ou internacional dos hóspedes hoteleiros são do Anuário Estatístico da OMT (UNWTO, 2010).

consome poucas viagens, o mercado consumidor doméstico é menos relevante em comparação com o mercado internacional. Além disso, o consumo turístico dos cidadãos de países com poucos destinos é normalmente dominado pelas viagens ao exterior. O resultado combinado desses dois fatores principais é que o turismo doméstico é pouco importante na maioria das ilhas caribenhas e apenas medianamente relevante nos países da América Central.

De fato, segundo estimativas do World Travel and Tourism Council (Wttc, 2015), o turismo doméstico representa mais de 70% das receitas turísticas em países como Venezuela, Brasil, Chile, Argentina, Peru e Colômbia. Em particular, no Brasil e na Venezuela, dezenove dólares de cada vinte produzidos pelo turismo são devidos às viagens domésticas. No outro extremo, o turismo doméstico em Anguila é praticamente inexistente. Ilustrando essa realidade, a Figura 7 apresenta as participações mínima, média e máxima do turismo doméstico na produção turística total dos países de cada uma das regiões da ALC.

Figura 7: Participação do turismo doméstico na receita turística total dos países da ALC por região

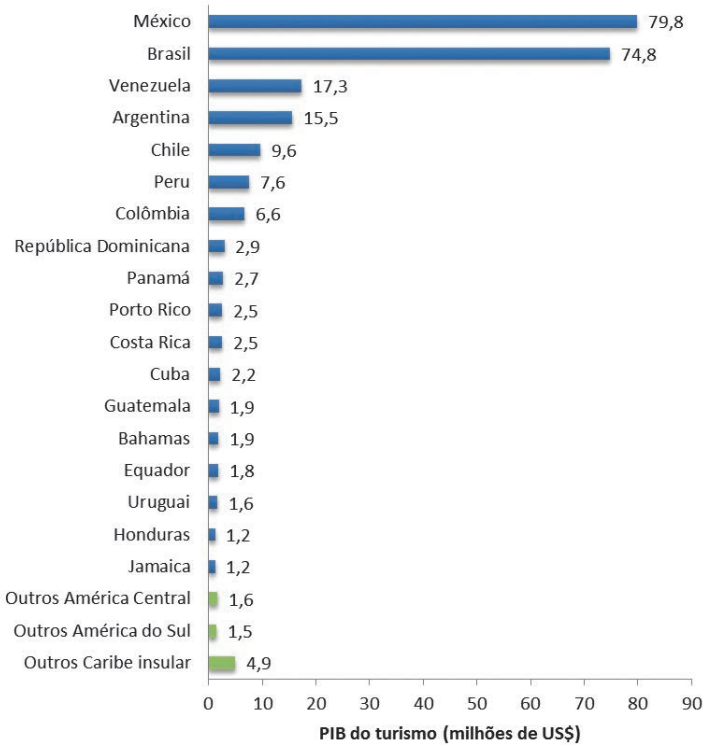


Fonte: Cálculos do autor a partir de dados do Wttc (2015).

Contribuição do turismo à renda

Turismo internacional e turismo doméstico, somados, contribuem diretamente com a geração de US$ 246,8 bilhões para a economia da ALC por ano[15]. O maior produtor de valor por meio do turismo na região é o México, com um PIB turístico de US$ 79,8 bilhões. A produção de serviços turísticos no Brasil gera US$ 74,8 bilhões. Outros grandes geradores de valor pelo turismo na região são Argentina, Venezuela, Chile, Peru, Colômbia e República Dominicana, conforme apresentado na Figura 8. A diferença entre o valor do PIB do turismo dos países é enorme. Em mais da metade dos países e territórios da ALC, o PIB do turismo não ultrapassa a marca de US$ 1 bilhão.

Figura 8: Maiores PIBs do turismo entre os países da ALC

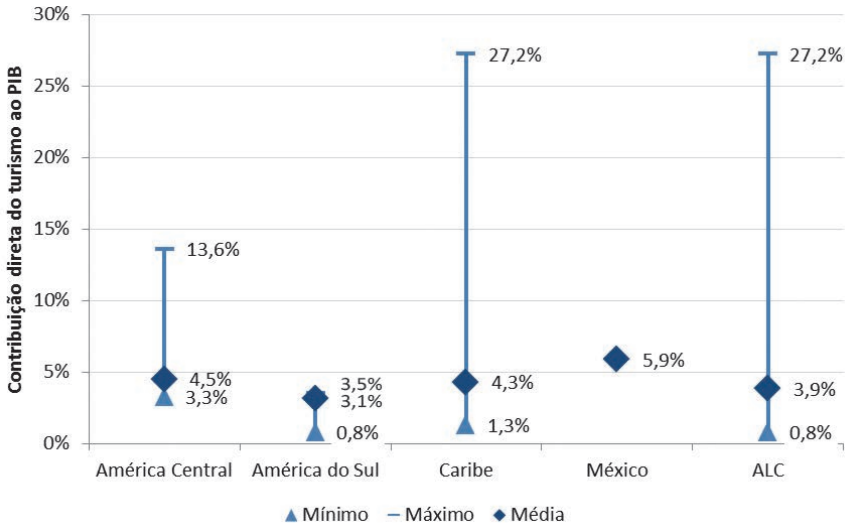


Fonte: Cálculos do autor a partir de dados do Wttc (2015).

15 As informações sobre a contribuição econômica do turismo são do WTTC (2013).

O turismo responde por 3,9% do PIB da ALC, o que coloca a região à frente da média mundial, que é de 2,8%. Porém, a participação do turismo no PIB da ALC é menor que em algumas grandes regiões do mundo, como o Sudeste Asiático (5,0%) e Norte da África (5,6%). No México, a participação relativa do turismo na economia é de 5,7% do PIB. Na América Central e no Caribe, a importância econômica relativa do turismo também é alta, atingindo 4,5% e 4,3%, respectivamente. Já na América do Sul, a participação da produção turística no PIB é de 3,1%. Apesar de essa participação ser relativamente menor que a do restante da ALC, ela ainda está acima da média mundial. Portanto, pode-se afirmar que a ALC é comparativamente dependente da atividade turística internacional e doméstica em comparação com o restante do planeta. As participações mínima, média e máxima do turismo na economia dos países da região são apresentadas na Figura 9.

Figura 9: Contribuição direta do turismo à economia dos países da ALC por região

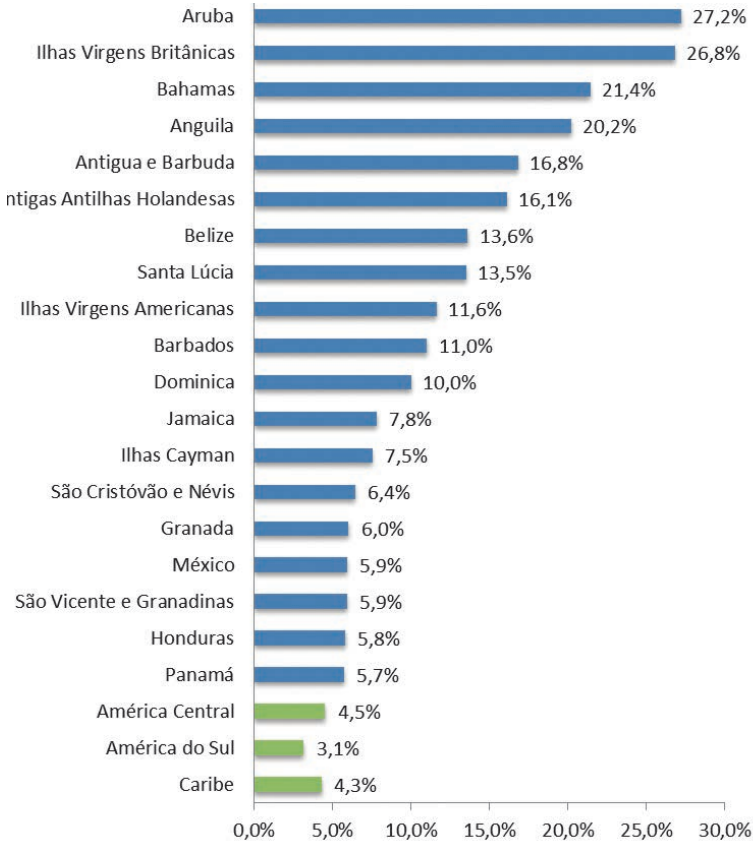


Fonte: Cálculos do autor a partir de dados do Wttc (2015).

A participação do turismo no PIB tende a ser maior em economias pequenas da ALC. Em Aruba, por exemplo, país cujo PIB é inferior a US$ 3 bilhões, o turismo responde por 26,8% da geração de valor da economia. Efeito similar ocorre com diversas outras economias pequenas,

como Ilhas Virgens Britânicas, Bahamas, Anguila, Antígua e Barbuda, antigas Antilhas Holandesas, Belize, Santa Lúcia e Ilhas Virgens Americanas. Os países e territórios em que o turismo representa as maiores parcelas do PIB são todos caribenhos e de economia relativamente pequena, conforme informações apresentadas na Figura 10.

Figura 10: Maiores participações do turismo no PIB dos países da ALC



Fonte: Cálculos do autor a partir de dados do Wttc (2015).

* As Antilhas Holandesas incluem Aruba, Bonaire, Curaçao, Saba, Santo Eustáquio e Sint Marteen[16].

16 Em 2010 a região foi desmembrada em três países constituintes do Reino dos Países Baixos (Aruba, Curaçao e Sint Marteen) e três municípios especiais dos Países Baixos (Bonaire, Saba e

Os países caribenhos altamente dependentes do turismo sofrem com a volatilidade da demanda. Crises econômicas e políticas mundiais, ou aquelas casualmente ocorridas em países emissores importantes, podem levar a reduções substanciais na renda. Os resultados econômicos de alguns desses países durante a crise econômica internacional iniciada em 2008 ilustram esse risco. Países como Antígua e Barbuda, São Cristóvão e Névis, Granada, Santa Lúcia, Jamaica, Barbados e Bahamas tiveram uma taxa média de crescimento econômico *per capita* negativa entre 2008 e 2014[17]. Em Antígua e Barbuda, a taxa média de crescimento *per capita* anual nesse período foi de -4,2%. No período mais grave da crise, ocorrido entre 2008 e 2012, a República Dominicana foi o único país do Caribe insular que sustentou uma taxa média de crescimento *per capita* positiva durante a crise econômica[18].

A participação do turismo no PIB não indica necessariamente que essa atividade contribua para o crescimento da economia como um todo. Diversos fatores devem ser levados em consideração para uma análise mais detalhada da contribuição do turismo para a economia de um país. Distorções do mercado[19] e vazamentos de receita podem reduzir a taxa de conversão de receitas turísticas em renda para o país. Em particular, as importações de insumos utilizados na produção turística contribuem significativamente para a redução do efeito econômico líquido do turismo para o país. Nesse sentido, dois dos problemas enfrentados por muitos destinos da ALC são a falta de competitividade na produção de insumos e a pequena integração da cadeia produtiva do turismo (Torres, 2003).

Santo Eustáquio), mas ainda consta como uma unidade geográfica nas estatísticas da WTTC.

17 As informações sobre a taxa de crescimento do PIB dos países foram extraídas da base de dados do Fundo Monetário Internacional (IMF, 2013).

18 O sucesso econômico da República Dominicana no período de 2007 a 2012 se deve a diversos fatores, incluindo uma política monetária expansionista, incentivos fiscais à produção, intervenções do FMI e à produção voltada para o mercado interno.

19 Como monopólios e outras formas de concorrência imperfeita, externalidades, bens públicos e assimetria de informações.

A análise das importações resultantes da produção turística em cada país é uma tarefa difícil. A escassez de informações estatísticas específicas dificulta muito o processo. No entanto, um indicador da dimensão dessas importações é o grau de dependência do país com respeito às importações em geral. Essa análise revela que os países da América Central e do Caribe insular apresentam altos índices de importação.

A razão média entre o gasto total com importações de bens e serviços e o PIB dos países da América Central e do Caribe insular é superior a 50%. Em Aruba, a razão entre importação e PIB atinge mais de 86,4%! Portanto, uma parte considerável da receita turística nessas zonas vaza para o exterior na forma de importação de insumos, reduzindo o efeito multiplicador da renda. Já no México, a relação entre importações e PIB é de 32,4%, o que releva um nível intermediário de dependência das importações. Os países da América do Sul são os mais independentes. O Brasil importa o equivalente a meros 15,0% do seu PIB e a Argentina 14,8%, o que indica vazamentos provavelmente muito menores de receitas turísticas nesses países.

Já considerados todos os aspectos complicadores da análise da contribuição do turismo para o crescimento econômico, alguns estudos apresentaram indícios de que o efeito do turismo receptivo internacional é positivo em diferentes países da ALC, como Aruba (VANEGAS; CROES, 2003), Bahamas, Barbados e Jamaica (SINGH et al., 2010), Brasil (BRIDA, PUNZO, RISSO, 2011), Chile (BRIDA, RISSO, 2009), Colômbia (BRIDA et al., 2009), Uruguai (BRIDA et al., 2010). Essa relação também é confirmada para o conjunto de países da ALC no consistente estudo desenvolvido por Fayissa, Nsiah e Tadesse (2011). Esses autores estudaram a relação entre receita turística internacional e PIB *per capita*, ocorrida entre 1990 e 2005, utilizando um modelo econométrico sofisticado e capaz de analisar a relação causal entre ambas as variáveis. A conclusão do estudo mostra que, para a média dos países da ALC, um aumento de 10% na receita turística internacional causa um aumento de 0,78% no PIB *per capita*.

Atualidade e perspectivas

Nas últimas décadas, a ALC se tornou gradativamente mais estável em termos políticos. Crises locais ainda ocorrem com certa frequência, mas já não têm presença constante na vida da região. Os governos ditatoriais já não são maioria, e a democracia instalada se torna cada dia mais consolidada em muitos países.

A economia de vários países da ALC passou por um processo de liberalização, incluindo a abertura para importações e investimento estrangeiro e privatizações de empresas públicas. Exemplos de países que seguiram esse caminho são Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Equador, México, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela. Alguns dos efeitos da liberalização econômica foram a falência de muitas empresas que costumavam ser protegidas pelo Estado, o crescimento da participação de empresas multinacionais na economia e o fortalecimento do setor financeiro. Os resultados positivos desse processo sobre o crescimento econômico da ALC não foram óbvios, sendo contestados por muitos analistas (DUPAS, OLIVEIRA, 2005). Por outro lado, parece certo que a liberalização da economia contribuiu para a ampliação das desigualdades sociais, fato que acentuou ainda mais as críticas dirigidas a essa política.

Mais recentemente houve um deslocamento dos governos de alguns países latino-americanos em direção à esquerda, incluindo Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Equador, Uruguai e Venezuela. No entanto, a maior parte desses governos não chegou a implementar mudanças radicais nos sistemas políticos e econômicos vigentes, sendo melhor caracterizados como governos reformistas. Em alguns casos, o caráter esquerdista desses governos chega a ser contestado em razão de suas semelhanças com regimes mais liberais.

Dentre os governos esquerdistas recentes, destacam-se os de Evo Morales, na Bolívia, e de Hugo Chaves, na Venezuela. Fortemente nacionalistas – e especialmente contrários à influência estadunidense na região – esses dois governos protagonizaram inclusive atos de expropriação de empresas privadas estrangeiras, incluindo empresas do setor turístico, fato

que empurrou seus respectivos países em direção ao isolamento internacional. A ênfase na figura do governante e o constante apelo ao poder do povo presentes nesses governos guardam semelhanças com os regimes populistas latino-americanos da primeira metade do Século XX.

Mas, apesar da diversidade de realidades, pode-se identificar um evidente processo de estabilização político-econômica na maior parte da ALC a partir dos anos 1990, fato que certamente tem contribuído para o desenvolvimento do turismo. As políticas econômicas irresponsáveis do passado têm sido substituídas por medidas mais consistentes, resultando em taxas de câmbio relativamente estáveis, inflação controlada e incentivos à produção. Alguns efeitos iniciais dessa nova realidade sobre o turismo já podem ser sentidos, mas a maior parte dos resultados deve ocorrer no médio e longo prazo, de forma que a atividade turística da região deve seguir evoluindo nas próximas décadas.

Segundo a OMT, as melhorias nas condições para o desenvolvimento do turismo deverão levar os países da ALC a ganhar fatias cada vez maiores do mercado turístico mundial (UNWTO, 2011). As projeções feitas indicam que, em 2030, a América do Sul deverá ter uma participação de 3,2% no turismo mundial, valor quase 30% maior do que o de 2010. A América Central também deverá ganhar mercado, passando a responder por 1,2% do turismo mundial; um crescimento de 50% em comparação a 2010. Na contramão desses países, o Caribe insular deverá perder cerca de 20% de sua participação de mercado, caindo para 1,7% do turismo mundial. Essa perda prevista se deve tanto ao já avançado nível de desenvolvimento turístico da região, quanto ao esgotamento do potencial do mercado centrado nas viagens de sol e praia.

As mudanças recentes no cenário econômico mundial, sobretudo a partir da crise econômica global iniciada em 2008, apontam para uma perspectiva de desaceleração no crescimento dos países desenvolvidos, os quais deverão ceder espaço na economia mundial para alguns países menos desenvolvidos. O crescimento de novos mercados consumidores ao redor do mundo constitui uma janela de oportunidades para os destinos turísticos

em desenvolvimento. Em particular, três conjuntos de países apresentam perspectivas futuras de crescimento do consumo turístico especialmente grandes. Os países constituintes do bloco intitulado BRIC (Brasil, Rússia, Índia e China) devem passar a ter participações cada vez maiores no consumo mundial de viagens[20]. Os mercados consumidores da própria ALC também deverão crescer acima da média mundial, influenciando substancialmente os caminhos do turismo na região. Além disso, o centro de gravidade da economia mundial deverá andar em direção à Ásia, devido ao crescimento não apenas da China e da Índia, mas também dos países do Sudeste e Leste Asiático, com destaque para Coreia do Sul.

A conquista desses novos mercados consumidores de turismo exige o desenvolvimento de políticas de marketing focadas, estrutura receptiva adequada e novos olhares para o potencial turístico de cada país. A distância entre a ALC e os principais emissores mundiais será sempre um desafio a ser vencido. Nesse sentido, políticas de integração regional de destinos podem se mostrar eficientes, desde que promovam as viagens multidestinos. A chance de um turista chinês visitar o Brasil, por exemplo, pode ser significativamente ampliada se a viagem incluir também outros destinos sul-americanos, como Argentina ou Peru.

As alterações na estrutura do mercado consumidor mundial de viagens ampliarão a necessidade de oferta de novas atrações e experiências. Os turistas desses novos mercados não têm as mesmas preferências dos turistas tradicionais. O crescimento da Ásia como mercado consumidor, por exemplo, deverá diminuir a importância relativa da praia como atrativo turístico, aumentando a participação dos atrativos naturais e culturais. Assim, os países latino-americanos deverão intensificar suas políticas de diversificação da oferta turística e de foco em nichos de mercado. Além disso, é necessário considerar que os gostos dos turistas mudam em velocidades cada vez maiores, de forma que a inovação na oferta do setor deve se tornar uma constante.

---

20 A China já é o terceiro maior mercado consumidor de viagens internacionais, e a Rússia é o sétimo (UNWTO, 2012).

Uma vez atraído o mercado consumidor, faz-se necessária a implementação de estratégias para a ampliação dos benefícios do turismo. Nesse sentido, as políticas públicas voltadas para a diferenciação da oferta turística receptiva devem ser adotadas como prioridade na maior parte da ALC. Produtos e serviços turísticos de alto valor agregado devem ser priorizados, ao mesmo tempo que aqueles serviços associados a altos custos sociais e ambientais devem ser desincentivados. Também se fazem necessárias, especialmente na zona do Caribe insular, as políticas de desenvolvimento da cadeia produtiva do turismo, integrando os serviços turísticos com a produção de insumos nacionais, a fim de reduzir os vazamentos de receita.

A competição internacional no mercado turístico se torna mais acirrada a cada dia, à medida que os possíveis impactos positivos dessa atividade se tornam mais evidentes. As empresas se tornam cada vez mais eficientes, como resultado do processo acumulado de inovações tecnológicas e gerenciais. Os consumidores, por sua vez, estão se tornando mais informados e continuamente buscando novas experiências. No cenário pós-moderno, em que a única constante é a mudança, o futuro do turismo é incerto e as melhores estratégias de longo prazo parcamente previsíveis. Logo, a capacidade de adaptação se torna uma habilidade essencial para qualquer destino turístico ou organização do setor. Nesse ponto pode estar a principal vantagem competitiva da ALC para o futuro. A enorme diversidade da região lhe atribui grande capacidade de adaptação às novas realidades, característica que talvez seja a chave para o sucesso futuro do turismo na região.

Agradecimentos

O autor agradece as contribuições para este trabalho feitas pelo economista mexicano Óscar Saenz de Miera.

Referências bibliográficas

ÁLVAREZ, J.; CARDOZA, G.; BERNARDO, R. D. Estrategia de internacionalización de Sol Meliá en América Latina. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, v.35, p.107-134, 2005.

BARTHOLO, R.; SANSOLO, D. G.; BURSZTYN, I. O. *Turismo de base comunitária*: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

BOXILL, I. Towards an alternative tourism for Belize. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, v.15, n.3, p.147-150, 2003.

BOXILL, I. Towards an alternative tourism for Jamaica. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, v.16, n.4, p.269-272, 2004.

BRESSON, G.; LOGOSSAH, K. Crowding-out effects of cruise tourism on stay-over tourism in the caribbean: non-parametric panel data evidence. *Tourism Economics*, v.17, n.1, p.127-158, 2011.

BRIDA, J. G. et al. Research note: The tourism-led growth hypothesis for Uruguay. *Tourism Economics*, v.16, n.3, p.765-771, 2010.

BRIDA, J. G. et al. The tourism-led growth hypothesis: empirical evidence from Colombia. *Tourismos*, v.4, n.2, p.13-27, 2009.

BRIDA, J. G.; PUNZO, L. F.; RISSO, W. A. Tourism as a factor of growth – the case of Brazil. *Tourism Economics*, v.17, n.6, p.1375-1386, 2011.

BRIDA, J. G.; RISSO, W. A. Tourism as a factor of long-run economic growth: an empirical analysis for Chile. *European Journal of Tourism Research*, v.2, n.2, p.178-185, 2009.

BRIDA, J. G.; ZAPATA, S. Economic impacts of cruise tourism: the case of Costa Rica. *Anatolia:* An International Journal of Tourism & Hospitality Research, v.21, n.2, p.322-338, 2010.

CEPAL. The tourism sector and global economic crisis: development implications for the Caribbean. CEPAL. 2010

CEPAL. *América Latina y el Caribe:* indicadores macroeconómicos del turismo. Santiago (Chile): 2011.

DAHLES, H.; KEUNE, L. *Tourism development and local participation in Latin America*. New York: Cognizant Communication Corporation, 2002.

DUPAS, G.; OLIVEIRA, F. V. Uma visão estrutural da dinâmica econômica da América Latina. In: DUPAS, G. (Org.). *América Latina no Início do Século XXI*: perspectivas econômicas, sociais e políticas. São Paulo: Fundação Editora da Unesp, 2005. p.19-37.

FAYISSA, B.; NSIAH, C.; TADESSE, B. Tourism and economic growth in Latin American countries – further empirical evidence. *Tourism Economics*, v.17, n.6, p.1365-1373, 2011.

FILIPPO, A. D. Latin American structuralism and economic theory. *Cepal Review*, v.98, p.175-196, 2009.

FIPE. *Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil - 2010/2011*. São Paulo: FIPE, 2012.

FURTADO, C. *Formação econômica da América Latina*. Rio de Janeiro: Lia, 1970.

FURTADO, C. *Raízes do subdesenvolvimento*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

HALL, J. A.; BRAITHWAITE, R. Caribbean cruise tourism: a business of transnational partnerships. *Tourism Management*, v.11, n.4, p.339-347, 1990.

HARRISON, L. C.; JAYAWARDENA, C.; CLAYTON, A. Sustainable tourism development in the Caribbean: practical challenges. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, v.15, n.5, p.294-298, 2003.

ISSA, J. J.; JAYAWARDENA, C. The 'all-inclusive' concept in the Caribbean. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, v.15, n.3, p.167-171, 2003.

JAYAWARDENA, C. Mastering Caribbean tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, v.14, n.2, p.88-93, 2002.

JAYAWARDENA, C.; RAMAJEESINGH, D. Performance of tourism analysis: a Caribbean perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, v.15, n.3, p.176-179, 2003.

KESTER, J. G. C. Cruise tourism. *Tourism Economics*, v.9, n.3, p.337-350, 2003.

LAWTON, L. J.; BUTLER, R. W. Cruise ship industry: patterns in the Caribbean 1880-1986. *Tourism Management*, v.8, n.4, p.329-343, 1987.

MATARRITA-CASCANTE, D. Tourism development in Costa Rica: history and trends. *E-review of Tourism Research*, v.8, n.6, p.136-156, 2010.

MONTERO, C. G. On tourism and the constructions of 'paradise islands' in Central America and the Caribbean. *Bulletin of Latin American Research*, v.30, n.1, p.21-34, 2011.

MOWFORTH, M.; CHARLTON, C.; MUNT, I. *Tourism and Responsibility: Perspectives from Latin America and the Caribbean*. Oxon: Routledge, 2007.

PROSERPIO, R. *O avanço das redes hoteleiras internacionais no Brasil*. São Paulo: Aleph, 2007.

SAAB, W. G. L.; RIBEIRO, R. M. Breve panorama sobre o mercado de cruzeiros marítimos. *Caderno Virtual de Turismo*, v.4, n.1, p.28-33, 2004.

SANTANA, G. Tourism in South America: a brief overview. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, v.1-21, n.3/4, p.1, 2001.

SECRETARÍA DE TURISMO (MÉXICO). Compendio estadístico del turismo en México 2011. México 2011.

SIMMS, A. Tourism brand Costa Rica - history and future challenges. *E-review of Tourism Research*, v.8, n.6, p.17-19, 2010.

SINGH, D. R. et al. Is the tourism-led growth thesis valid? the case of the Bahamas, Barbados, and Jamaica. *Tourism Analysis*, v.15, n.4, p.435-445, 2010.

STRIZZI, N.; MEIS, S. Challenges facing tourism markets in Latin America and the Caribbean region in the new millennium. *Journal of Travel Research*, v.40, n.2, p.183-192, 2001.

TORRES, R. Linkages between tourism and agriculture in Mexico. *Annals of Tourism Research*, v.30, n.3, p.546-566, 2003.

TREJOS, B.; CHIANG, L.-H. N. Local economic linkages to community-based tourism in rural Costa Rica. *Singapore Journal of Tropical Geography*, v.30, n.3, p.373-387, 2009.

UNDP. *Human Development Report 2014*. New York: 2014.

UNESCO. *World heritage list*. Disponível em: <http://whc.unesco.org/en/list>. Acesso em: 15 jan. 2015.

UNWTO. *Tourism Towards 2030:* Global Overview. Madrid: UNWTO, 2011.

UNWTO. *UNWTO Tourism Highlights:* 2014 edition. Madrid: 2014.

VANEGAS, M.; CROES, R. R. Growth, development and tourism in a small economy: evidence from Aruba. *International Journal of Tourism Research*, v.5, n.5, p.315-330, 2003.

WEAVER, D. B. Magnitude of ecotourism in Costa Rica and Kenya. *Annals of tourism research*, v.26, n.4, p.792-816, 1999.

WOOD, R. E. Caribbean cruise tourism: globalization at sea. *Annals of tourism research*, v.27, n.2, p.345-370, 2000.

WORLD BANK. World Bank Open Data 2015.

WORLD ECONOMIC FORUM. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*. Genebra: 2011.

WTTC. Economic data search tool. London 2015.

Apêndice 1: Informações econômicas sobre os países da ALC

País ou território	PIB (US$ bilhões)	PIB *per capita* (US$ mil)	Taxa média anual de crescimento real do PIB *per capita* (%)		Valor agregado por setor (US$ bilhões)			Índice de Desenvolvimento Humano (posição no ranking mundial)	Índice de Gini da renda	Renda concentrada (%)		Exportações de bens e serviços (US$ bilhões)
			1960-2013	2007-2014	Agricultura	Indústria	Serviços			10% mais ricos	10% mais pobres	
Anguila	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Antígua e Barbuda	1,2	13,3	-	-4,2	2,3	18,1	79,7	61	-	-	-	0,5
Argentina	609,9	14,7	1,1***	2,5	7,0	28,5	64,6	49	44,5	31,84	1,57	95,9
Aruba	2,6**	25,4**	-	-	0,5**	16,3**	83,2**	-	-	-	-	2,2
Bahamas	8,4	22,3	0,8	-1,1	2,0	18,3	79,7	51	-	-	-	3,4
Barbados	4,2*	14,9*	2,1*	-1,1	1,5*	15,7*	82,9*	59	-	-	-	2,1***
Belize	1,6	4,9	2,8	0,4	15,3	19,1	65,6	84	-	-	-	1,1
Bermuda	5,5*	84,5*	2,1*	-	0,8*	6,0*	93,2*	-	-	-	-	1,4
Bolívia	30,6	2,9	0,8	3,6	13,3	38,1	48,6	113	56,3	33,55	0,84	12,7
Bonaire	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Brasil	2.245,7	11,2	2,3	1,6	5,7	25,0	69,3	79	54,7	41,67	1,04	281,3
Chile	277,2	15,7	2,6	3,3	3,4	35,3	61,3	41	52,1	41,72	1,68	89,5
Colômbia	378,4	7,8	2,1	3,7	6,1	37,2	56,7	98	55,9	41,98	1,07	67,2
Costa Rica	49,6	10,2	2,2	2,5	5,6	25,2	69,2	68	50,7	37,05	1,47	13,4
Cuba	68,2**	6,1**	-	-	5,0**	20,5**	74,5**	44	-	-	-	-
Curaçao	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dominica	0,5	7,2	-	0,3	17,2	14,0	68,8	93	-	-	-	0,2
El Salvador	24,3	3,8	-	0,5	10,8	27,0	62,2	115	48,3	32,47	2,15	6,4
Equador	94,5	6,0	1,6	3,0	9,4	38,7	52,0	98	49,3	35,4	1,41	27,7

País ou território	PIB (US$ bilhões)	PIB *per capita* (US$ mil)	Taxa média anual de crescimento real do PIB *per capita* (%)		Valor agregado por setor (US$ bilhões)			Índice de Desenvolvimento Humano (posição no ranking mundial)	Índice de Gini da renda	Renda concentrada (%)		Exportações de bens e serviços (US$ bilhões)
			1960-2013	2007-2014	Agricultura	Indústria	Serviços			10% mais ricos	10% mais pobres	
Granada	0,8	7,9	-	-1,6	5,6	15,2	79,2	79	-	-	-	0,2
Guadalupe	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Guatemala	53,8	3,5	1,3	0,5	11,3	29,0	59,7	125	55,9	41,83	1,34	12,7
Guiana	3,0	3,7	1,0	4,5	21,9	32,8	45,3	121	-	-	-	1,5
Guiana Francesa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Haiti	8,5	0,8	-	1,1	-	-	-	168	59,2	-	-	1,5
Honduras	18,6	2,3	1,3	0,4	13,4	27,3	59,3	129	57,0	45,67	0,75	6,4
Ilhas Cayman	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ilhas Virgens Americanas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ilhas Virgens Britânicas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jamaica	14,4	5,3	-	-1,1	6,7*	20,8*	72,5*	96	45,5	-	-	4,3
Martinica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
México	1.260,9	10,3	1,8	0,8	3,5	34,8	61,7	71	47,2	38,86	1,85	400,9
Montserrat	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nicarágua	11,3	1,9	0,2	2,4	16,9	30,9	52,2	132	40,5	35,19	1,61	5,0
Panamá	42,6	11,0	2,8	7,3	3,5*	22,1*	74,4*	65	51,9	39,92	0,99	27,0
Paraguai	29,0	4,3	2,3	3,6	21,6	28,4	50,0	111	52,4	37,32	1,39	14,4
Peru	202,3	6,7	1,5	4,3	7,3****	41,1****	51,6****	82	48,1	33,81	1,44	47,3

País ou território	PIB (US$ bilhões)	PIB *per capita* (US$ mil)	Taxa média anual de crescimento real do PIB *per capita* (%)		Valor agregado por setor (US$ bilhões)			Índice de Desenvolvimento Humano (posição no ranking mundial)	Índice de Gini da renda	Renda concentrada (%)		Exportações de bens e serviços (US$ bilhões)
			1960-2013	2007-2014	Agricultura	Indústria	Serviços			10% mais ricos	10% mais pobres	
Porto Rico	103,1	28,5	2,7	-	0,8	95,5	3,7	-	-	-	-	-
República Dominicana	61,2	5,9	2,9	2,7	6,3	26,9	66,7	102	47,2	35,75	1,89	16,1
Saba	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Saint Barthélemy	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Saint Martin	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Santa Lúcia	1,3	7,3	-	-1,3	3,1	14,4	82,6	97	-	-	-	0,6
Santo Eustáquio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
São Cristóvão e Névis	0,8	14,1	-	-3,0	1,7	25,5	72,8	73	-	-	-	0,3
São Vicente e Granadinas	0,7	6,5	2,5	0,1	7,1	17,7	75,1	91	-	-	-	0,2
Sint Maarten	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suriname	5,3	9,8	-	3,6	7,0	48,6	44,4	100	-	-	-	2,6
Trinidad e Tobago	24,6	18,4	2,2	-0,9	0,6	56,5	42,9	64	-	-	-	20,7**
Turks e Caicos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Uruguai	55,7	16,4	1,7	5,4	10,0	25,4	64,6	50	45,3	30,17	1,93	13,6
Venezuela	438,3	14,4	0,1	-1,2	5,8***	52,2***	42,1***	67	44,8	33,19	1,19	99,5*
Antilhas Holandesas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
América Central†	201,8	4,5	-	-	8,7	26,2	65,0	-	-	-	-	71,9
América do Sul†	4.369,9	10,8	-	-	6,2	31,1	62,7	-	-	-	-	753,3
Caribe insular†	404,8	6,2	-	-	4,8	45,2	50,0	-	-	-	-	86,1

País ou território	PIB (US$ bilhões)	PIB *per capita* (US$ mil)	Taxa média anual de crescimento real do PIB *per capita* (%)		Valor agregado por setor (US$ bilhões)			Índice de Desenvolvimento Humano (posição no ranking mundial)	Índice de Gini da renda	Renda concentrada (%)		Exportações de bens e serviços (US$ bilhões)
			1960-2013	2007-2014	Agricultura	Indústria	Serviços			10% mais ricos	10% mais pobres	
América Latina e Caribe	6.237,4	9,8	1,8	-	5,6	32,6	61,8	-	-	-	-	1.312,1
Mundo	75.592,9	10,6	1,8	-	3,1*	26,8*	70,2*	-	-	-	-	23.127,2
† Cálculos do autor referentes aos países com informações disponíveis - Informação indisponível	Dados de 2013, exceto * 2012 ** 2011 Fonte: World Bank (2014)		Dados de 2013, exceto * 2012 **2011 ***2006 Fonte: World Bank (2014)	Fonte: IMF (2014)	Dados de 2013, exceto * 2012 ** 2011 *** 2010 ****2007 Fonte: World Bank (2014)			Dados do período 2003 a 2012 Fonte: UNDP (2014)		Dados mais recentes disponíveis Fonte: World Bank (2014)		Dados de 2013, exceto * 2012 ** 2011 *** 2010 Fonte: World Bank (2014)

Apêndice 2: Informações turísticas sobre os países da ALC

	Patrimônios da humanidade			Índice de Competitividade em Viagens e Turismo (posição no ranking mundial)				Turismo receptivo internacional		Origem do fluxo internacional de turistas			PIB do Turismo	
País ou território	Cultural	Misto	Natural	Priorização do turismo	Infraestrutura de transporte aéreo	Recursos naturais	Recursos culturais	Turistas (milhares)	Receita (US$ bilhões)	Américas (% do total)	Europa (% do total)	Participação do turismo doméstico na receita turística total (%)	US$ bilhões	% do PIB
Anguila	0	0	0	-	-	-	-	69	-	83,8	13,2	0,0	0,06	20,2
Antígua e Barbuda	0	0	0	-	-	-	-	244	0,3*	57,1	41,4	6,2	0,217	16,8
Argentina	5	0	4	81	66	20	44	5.571	5,7	78,8	16,5	82,2	15,498	3,5
Aruba	0	0	0	-	-	-	-	979	1,4	90,6	8,9	6,6	0,751	27,2
Bahamas	0	0	0	-	-	-	-	1.363	2,4	91,0	6,5	17,7	1,88	21,4
Barbados	1	0	0	8	32	133	50	509	1,1**	54,4	44,0	11,0	0,544	11,0
Belize	0	0	1	-	-	-	-	294	0,3	80,0	13,9	14,6	0,229	13,6
Bermuda	1	0	0	-	-	-	-	236	0,5	82,2	13,3	35,2	0,306	4,9
Bolívia	6	0	1	128	104	27	72	1.114*	0,6	59,4	31,5	58,9	0,831	2,5
Bonaire	0	0	0	-	-	-	-	-	-	56,8	41,9	-	-	-
Brasil	12	0	7	102	48	1	23	5.677*	6,9	57,1	35,9	94,4	74,756	3,4
Chile	6	0	0	56	55	93	53	3.576	3,2	79,8	16,6	82,4	9,619	3,2
Colômbia	6	0	2	88	73	16	37	2.288	3,3	79,3	18,6	72,2	6,637	1,7
Costa Rica	1	0	3	20	44	7	93	2.428	2,5	84,0	14,4	40,7	2,462	4,6
Cuba	7	0	2	-	-	-	-	2.815*	2,6	59,6	39,2	44,9	2,152	2,5
Curaçao	0	0	0	-	-	-	-	440	0,7	64,8	33,5	-	-	-

	Patrimônios da humanidade			Índice de Competitividade em Viagens e Turismo (posição no ranking mundial)				Turismo receptivo internacional		Origem do fluxo internacional de turistas			PIB do Turismo	
País ou território	Cultural	Misto	Natural	Priorização do turismo	Infraestrutura de transporte aéreo	Recursos naturais	Recursos culturais	Turistas (milhares)	Receita (US$ bilhões)	Américas (% do total)	Europa (% do total)	Participação do turismo doméstico na receita turística total (%)	US$ bilhões	% do PIB
Dominica	0	0	1	-	-	-	-	78	0,1	85,2	13,6	8,8	0,05	10,0
El Salvador	1	0	0	93	80	132	113	1.308	0,9	97,0	2,4	45,1	0,891	3,4
Equador	3	0	2	76	84	13	76	1.366	1,0	76,1	20,0	62,0	1,788	1,8
Granada	0	0	0	-	-	-	-	116	0,1	50,8	34,6	16,7	0,05	6,0
Guadalupe	0	0	0	-	-	-	-	418**	-	-	99,5***	53,7	0,296	2,3
Guatemala	2	1	0	94	100	47	88	1.331	1,4	99,4	10,8	65,2	1,886	3,3
Guiana	0	0	0	65	105	97	132	177*	0,1	88,5*	7,6*	39,6	0,1	3,0
Guiana Francesa	0	0	0	-	-	-	-	-	-	33,9*	61,5*	-	-	-
Haiti	1	0	0	-	-	-	-	420	0,2	85,9	5,9	66,2	0,13	1,3
Honduras	1	0	1	57	70	48	106	943	0,7	90,1	9,0	48,5	1,205	5,8
Ilhas Cayman	0	0	0	-	-	-	-	345	0,5*	92,1	6,9	17,9	0,265	7,5
Ilhas Virgens Americanas	0	0	0	-	-	-	-	580*	1,0**	-	-	9,3	0,562	11,6
Ilhas Virgens Britânicas	0	0	0	-	-	-	-	356	-	-	-	4,4	0,29	26,8
Jamaica	0	0	0	7	63	80	108	2.008	2,1	83,2	16,2	18,5	1,199	7,8

País ou território	Patrimônios da humanidade			Índice de Competitividade em Viagens e Turismo (posição no ranking mundial)				Turismo receptivo internacional		Origem do fluxo internacional de turistas		Participação do turismo doméstico na receita turística total (%)	PIB do Turismo	
	Cultural	Misto	Natural	Priorização do turismo	Infraestrutura de transporte aéreo	Recursos naturais	Recursos culturais	Turistas (milhares)	Receita (US$ bilhões)	Américas (% do total)	Europa (% do total)		US$ bilhões	% do PIB
Martinica	0	0	0	-	-	-	-	490	-	18,6*	80,8*	87,3	0,349	2,9
México	26	1	5	34	49	8	21	23.734	13,3	87,9	6,7	38,8	79,817	5,9
Montserrat	0	0	0	-	-	-	-	7	-	67,6	31,1	-	-	-
Nicarágua	2	0	0	83	112	52	101	1.230	0,4	83,2	6,8	60,5	0,466	4,0
Panamá	2	0	3	32	16	11	77	1.658	3,8	77,4	7,9	20,3	2,718	5,7
Paraguai	1	0	0	52	136	100	107	610	0,3	89,7	7,9	69,9	0,487	1,3
Peru	8	2	2	58	75	12	43	3.164	3,3	72,2	22,1	73,0	7,604	3,4
Porto Rico	1	0	0	41	40	104	92	3.200	3,2	78,2	-	45,6	2,479	2,3
República Dominicana	1	0	0	9	59	130	100	4.690	4,7	53,5	32,9	24,4	2,927	4,6
Saba	0	0	0	-	-	-	-	-	-	43,3	46,7	-	-	-
Saint Barthélemy	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Saint Martin	0	0	0	-	-	-	-	467	-	-	-	-	-	-
Santa Lúcia	0	0	1	-	-	-	-	319	0,3	66,9	31,8	11,4	0,192	13,5
Santo Eustáquio	0	0	0	-	-	-	-	-	-	32,2	52,5	-	-	-

País ou território	Patrimônios da humanidade			Índice de Competitividade em Viagens e Turismo (posição no ranking mundial)				Turismo receptivo internacional		Origem do fluxo internacional de turistas		Participação do turismo doméstico na receita turística total (%)	PIB do Turismo	
	Cultural	Misto	Natural	Priorização do turismo	Infraestrutura de transporte aéreo	Recursos naturais	Recursos culturais	Turistas (milhares)	Receita (US$ bilhões)	Américas (% do total)	Europa (% do total)		US$ bilhões	% do PIB
São Cristóvão e Névis	1	0	0	-	-	-	-	107	0,1	89,3	8,3	15,4	0,05	6,4
São Vicente e Granadinas	0	0	0	-	-	-	-	72	0,1	72,6	26,2	8,7	0,05	5,9
Sint Maarten	0	0	0	-	-	-	-	457	0,9	70,7	21,7	-	-	-
Suriname	1	0	1	114	97	38	91	249	0,1	31,3*	66,3*	30,8	0,05	0,8
Trinidad e Tobago	0	0	0	117	56	75	69	402**	0,7*	83,1	14,5	53,5	0,756	3,0
Turks e Caicos	0	0	0	-	-	-	-	291	-	89,1**	10,1**	-	-	-
Uruguai	1	0	0	24	87	108	46	2.684	2,2	79,7	7,2	38,7	1,649	2,7
Venezuela	2	0	1	120	92	24	103	710	0,9	54,8	40,5	96,2	17,338	3,2
Antilhas Holandesas	15	0	9	-	-	-	-	-	-	-	-	8,3	0,727	16,1
América Central†	4	0	3	-	-	-	-	9.192	10,0	88,4	9,3	34,2	9,857	4,5

	Patrimônios da humanidade			Índice de Competitividade em Viagens e Turismo (posição no ranking mundial)				Turismo receptivo internacional		Origem do fluxo internacional de turistas			PIB do Turismo	
País ou território	Cultural	Misto	Natural	Priorização do turismo	Infraestrutura de transporte aéreo	Recursos naturais	Recursos culturais	Turistas (milhares)	Receita (US$ bilhões)	Américas (% do total)	Europa (% do total)	Participação do turismo doméstico na receita turística total (%)	US$ bilhões	% do PIB
América do Sul†	28	3	6	-	-	-	-	27.186	27,4	71,3	22,9	88,2	136,357	3,1
Caribe insular†	67	1	27	-	-	-	-	25.963	26,7	68,5	23,1	71,7	20,78	4,3
América Latina e Caribe	99	4	36	-	-	-	-	86.075	77,4	77,8	16,2	79,8	246,811	3,9
Mundo	779	31	197	-	-	-	-	1.035.000	1.297,2	16,5	52,6	70,9	2056,72	2,8
† Cálculos do autor referentes aos países com informações disponíveis - Informação indisponível	Dados de 2015 Fonte: Unesco (2015)			Dados de 2014 Fonte: WEF (2014)				Dados de 2013, exceto * 2012 ** 2011 Fonte: UNWTO (2014)	Dados de 2012, exceto * 2011 ** 2010 Fonte: World Bank (2014)	Dados de 2008, exceto * 2007 ** 2006 *** 2005 Fonte: UNWTO (2010)		Dados de 2014 Fonte: WTTC (2015)		

CAPÍTULO 3

O TURISMO NO RIO DE JANEIRO: DA TRÍADE PRAIA-FUTEBOL-CARNAVAL À COMPLEXIDADE DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA CONTEMPORÂNEA

Aguinaldo César Fratucci
Ana Paula Garcia Spolon
Marcello de Barros Tomé Machado

Introdução

Historicamente, a cidade do Rio de Janeiro sempre esteve presente no imaginário internacional, seja por conta de suas belezas, seja pelos eventos diferenciados, como o Carnaval, e, infelizmente, também por muitos enfrentamentos de caráter mais negativo, como a violência, a ocupação irregular das áreas urbanas e problemas de ordem política.

Entretanto, como destino turístico, o Rio de Janeiro pode ser considerado desde sempre um caso de sucesso, a despeito dos altos e baixos que sempre foram registrados. Atualmente, a cidade é considerada uma das principais destinações turísticas da América Latina e de todo o hemisfério sul.

Localizada na região sudeste do Brasil, configura-se como a segunda aglomeração urbana do país, com 6.323.037 habitantes (IBGE, 2010) e concentra 5,1% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro. Esse contexto, entretanto, esteve durante muito tempo associado a uma única atividade econômica mais dinâmica – a extração do petróleo – uma atividade intensiva em capital, capaz de gerar um PIB elevado, mas pouco trabalho e renda. Ultimamente, esse cenário vem mudando consideravelmente.

A cidade encontra-se hoje em um momento extremamente positivo, a ponto de ser considerada "uma das 10 cidades mais dinâmicas do mundo,

segundo o *Global Metro Monitor* (publicação conjunta da London School of Economics e da Brooking Institution)" (URANI; GIAMBIAGI, 2011, p.3) e indicada como um dos melhores destinos a ser visitado pelo guia Lonely Planet, em sua edição de 2013.

O processo de turistificação do Rio de Janeiro teve seu início do século XX, como efeito secundário de ações mais genéricas, cujo objetivo era reverter a situação de então – a de uma urbe que não era atraente e menos ainda maravilhosa.

As características dessa turistificação, entretanto, foram se alterando nas décadas mais recentes, configurando um novo contexto de inserção do turismo no espaço e nas práticas sociais urbanas. A partir da década de 1990, essas mudanças tornaram-se mais acentuadas, indicando a tendência de complexificação do produto turístico e de espalhamento da atividade no espaço urbano da cidade do Rio de Janeiro.

Analisar esse processo desde o ponto de vista historiográfico e compreender como se dá, a partir de 1992, o movimento de desenvolvimento turístico da cidade até o momento atual, em que se desenham novas tendências, é o objetivo deste texto. Nele, são identificados os novos "produtos" e "áreas" que, na cidade, estão sendo turistificados.

Partindo-se de uma contextualização do processo de turistificação da cidade do Rio de Janeiro, são definidos três marcos de recorte temporal, quais sejam: (a) o período entre 1992 e 2008, que compreendeu desde a preparação da cidade para a realização da conferência internacional Rio 92 até a elaboração do primeiro plano estratégico e do Plano Maravilha (plano diretor de turismo); (b) o momento de elaboração do segundo plano estratégico da cidade, em 2008; e (c) o momento atual, de coordenação de projetos e ações de reestruturação das áreas funcionais turísticas (HAYLLAR; EDWARDS; GRIFFIN, 2008) da cidade.

Como objetos de análise, estão contempladas as principais intervenções que vêm sendo feitas no sentido de permitir que a cidade sedie grandes eventos, entre os quais estão a Conferência Internacional Rio+20 (2012), Jornada Mundial da Juventude (JMJ), em 2013, a Copa das Confederações FIFA, em 2013, a Copa do Mundo FIFA, de 2014, e os Jogos

Olímpicos e Paraolímpicos, de 2016, dentro de parâmetros considerados adequados, que insiram a cidade, em definitivo, no circuito dos destinos turísticos internacionais.

Essas intervenções são: (a) o Projeto Porto Maravilha; (b) os projetos de reestruturação do sistema viário e de transportes da cidade; (c) a instalação das unidades de polícia pacificadora (UPPs) nas favelas; (d) a afirmação da Lapa e de Santa Teresa como unidades funcionais turísticas urbanas; e (e) a ampliação da rede hoteleira da cidade. Esses projetos ganham destaque na presente análise, mas é importante lembrar que há outras ações e intervenções mais pontuais, que também afetarão diretamente esse processo de reorganização socioterritorial.

Entre os pontos abordados nesta discussão, está a consideração sobre os níveis de articulação entre município, estado e governo federal, o risco inerente à continuidade dos projetos e os movimentos de gentrificação nas favelas e na zona portuária, questões que levam a pensar no legado a ser efetivamente deixado para a cidade, depois de 2016.

Do turismo de praia, futebol e carnaval à experiência turística complexa da contemporaneidade

A turistificação do Rio de Janeiro e o processo de esvaziamento político e de decadência da cidade

Fundada no século XVI, entre os anos de 1763 e 1960, a cidade do Rio de Janeiro foi capital da Colônia, do Império e da República. Apesar disso, no final do século XIX e início do século XX, não podia ser considerada uma cidade moderna, muito menos atrativa, em se tratando de turismo.

As ruas eram estreitas, sinuosas, mal edificadas, mal iluminadas, sujas e úmidas, repletas de ratos e insetos. A insalubridade afastava os estrangeiros da cidade, que não oferecia condições mínimas de higiene e saúde ao visitante. O Rio de Janeiro estava, portanto, longe de ser atrativo para o turismo e de merecer figurar no rol das principais cidades do mundo, muito menos de ser chamado de Cidade Maravilhosa.

Recém-saído do Império e da escravidão, e na condição de capital do Brasil, o Rio de Janeiro não era apenas repulsivo aos turistas, mas também aos imigrantes e aos investimentos estrangeiros, considerados pela elite dominante da época essenciais para a modernização do país.

De um modo geral, os novos valores da modernidade se desenvolvem principalmente nas cidades, exigindo para isso a alteração das suas estruturas urbanas. No Brasil, essa modernização passava decisivamente pela urbe carioca. Era necessário embelezar e dar feições modernas à cidade, a fim de atrair os fluxos almejados de visitantes.

Como em outras cidades do mundo, as transformações ocorridas no Rio de Janeiro, na época, atuaram de forma artificial (os fixos, expressos pelas edificações, monumentos e praças) e modificaram as formas espaciais, de modo a gerar diferentes fluxos, incluindo o turístico.

As cidades modernas passaram a se constituir como atrativo turístico, não apenas pela sua beleza natural, mas principalmente pela sua forma artificial, patrimônio cultural e constituição como centros de negócios e de compras.

O projeto para a modernidade carioca começou no início do século XX, com as intervenções conhecidas como "Bota-Abaixo" e "Regeneração". O Bota-Abaixo se caracterizou pela demolição de grande parte da área central da cidade, que ainda lembrava o atraso de seu período colonial. Já o alargamento das ruas estreitas, a abertura das grandes avenidas, a construção de belos jardins e prédios imponentes foi o movimento denominado "Regeneração", cujo intuito era transformar o Rio de Janeiro em uma cidade mais moderna e atrativa. Logo vieram os primeiros sinais de que a cidade do Rio de Janeiro tornava-se interessante para o turismo.

Em 1908, o Rio de Janeiro abrigou a "Exposição Nacional – Agrícola, Industrial, Pastoril e de Artes Liberais, [...] em comemoração ao centenário da abertura dos portos brasileiros às nações amigas" (MACHADO, 2008, p.103). Esse evento, realizado no bairro da Urca, teve a participação de diversos países do mundo – com seus belos pavilhões – e recebeu milhares de visitantes, podendo ser considerado o primeiro grande evento da cidade do Rio de Janeiro a atrair turistas para a cidade.

Em 1922, foi realizada outra grande exposição, a Exposição Internacional, em comemoração ao centenário da independência do Brasil. Maior do que o primeiro, o evento exigiu a expansão da estrutura turística da cidade. Entre os hotéis que surgem, visando atender à demanda da exposição, estão o Hotel Glória (1922) e o Hotel Copacabana Palace (1923), até hoje dois ícones do turismo no Rio de Janeiro.

Inúmeras outras iniciativas foram conduzidas, incluindo-se o lançamento da marchinha "Cidade Maravilhosa", composta por André Filho e gravada em 1934 por Aurora Miranda. A música viria a tornar-se uma das mais tocadas no carnaval carioca, transformando-se no hino oficial da cidade do Rio de Janeiro (por meio da lei nº 5 de 25 de maio de 1960), que adotou a expressão como um adjetivo – Rio de Janeiro, cidade maravilhosa – replicado no mundo inteiro.

Em 1943, foi a vez de a cultura norteamericana colaborar com a disseminação da imagem do cidadão carioca pelo mundo, a partir do personagem Zé Carioca, lançado no filme *Alô, amigos*, produzido pela Walt Disney Company.

A partir dessa época, também "Carmem Miranda se torna uma espécie de embaixadora do Brasil no exterior, [...] consolidando o Rio de Janeiro como um importante centro no circuito internacional de turismo da modernidade" (MACHADO, 2008, p.136). O carnaval, nascido no final do século XIX, tornou-se já na década de 1930 a festa popular mais importante da cidade e do Brasil (MACHADO, 2008).

O ano de 1950 coroa a modernidade no Rio de Janeiro com a cidade sediando a final da Copa do Mundo de Futebol, o que exigiu a construção do estádio do Maracanã, inaugurado em 16 de junho de 1950, testemunha do primeiro grande evento esportivo sediado pela cidade do Rio de Janeiro, que recebeu turistas de todo o país e de vários países de todo o mundo.

Os anos seguintes à Copa marcam o início de um período de decadência econômica da cidade do Rio de Janeiro, que se acentua a partir de 1954, em função da decisão do presidente Café Filho de instituir a Comissão de Localização da Nova Capital Federal, que dá início à construção de Brasília, nova capital do país, a partir de 1960.

Com a transferência da capital federal para Brasília em 1960, a cidade do Rio de Janeiro, que desde 1834 tinha o *status* de "município neutro" (PADILHA, 1985), assume a condição de unidade da Federação, com o nome de Estado da Guanabara.

Durante as décadas de 1960 a 1990, a cidade vivencia um período marcado pelo esvaziamento cultural, social, político e, principalmente, econômico. Na condição de Estado da Guanabara, sob o estigma de ser a única unidade da federação governada por correntes contrárias ao governo federal, por diversas ocasiões vê-se alijada de grandes investimentos públicos que poderiam contribuir para a sua manutenção como principal centro econômico, cultural e político do país.

Do ponto de vista de sua função turística, no entanto, a cidade continua a se destacar como o principal destino brasileiro, responsável por divulgar o país no exterior. Nesse período, a imagem do Brasil no mercado externo confunde-se com a própria imagem da cidade do Rio de Janeiro, dada por seus principais produtos: a praia de Copacabana, o Maracanã, o carnaval, o futebol e o Corcovado.

Destaque-se que essa percepção geral do Rio de Janeiro e do Brasil fica tão fortemente arraigada no inconsciente coletivo, mesmo em termos mundiais, que em 2002, pesquisa contratada pelo Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) e realizada pela McCann Erickson em dez países, aponta que as pessoas ainda associam à imagem do Brasil cinco elementos: areia, futebol, sol, sensualidade e música. Embora sejam atributos positivos, colaboram para fortalecer estereótipos reducionistas, que não traduzem de maneira fiel o potencial da cidade do Rio de Janeiro (REIS, 2011).

É possível afirmar que, até o início da década de 1990, a imagem turística da cidade do Rio de Janeiro esteve centralizada nas suas praias, no jeito de ser do carioca (em especial da mulher carioca), no futebol e no carnaval. O espaço turístico apropriado pelo visitante estrangeiro restringe-se então à orla marítima da zona sul (representada pelos bairros do Flamengo, Botafogo, Copacabana, Ipanema e Leblon) e à Floresta da Tijuca (mais especificamente ao Morro do Corcovado), com algumas raras incursões pela área central

(centro histórico) e pelo Estádio do Maracanã. Para além dessa área urbana bastante restrita, a presença dos visitantes concentra-se no aeroporto do Galeão, localizado na Ilha do Governador, ponto de entrada e saída da cidade.

Essa concentração do espaço do turismo na zona sul da cidade concretiza-se, principalmente, a partir da construção do Aterro do Flamengo, no início dos anos de 1950. Essa obra pode ser considerada fundamental para a reestruturação urbana da cidade e para a consolidação da orla litorânea da zona sul como área residencial preferida pelas classes mais privilegiadas e como área funcional turística, colaborando para a transferência definitiva do quantitativo de meios de hospedagem para a zona sul, em detrimento de sua área de concentração anterior, no centro da cidade. Copacabana surge quase naturalmente como o principal núcleo de ocupação turística da cidade.

Nesse processo, entre os anos de 1945 e 1990 são inaugurados na zona sul diversos meios de hospedagem (TRIGO; SPOLON, 2001), destacando-se os hotéis Castro Alves (1948), Olinda (1948) Califórnia (1950), Hotel Novo Mundo (1950), Trocadero (1958), Leme Palace (1964), Hotel Nacional (1971), Hotel Intercontinental Rio (1974), Hotel Sheraton Rio (1974), Hotel Everest (1975), Le Meridien (1975), Rio Othon Palace (1979), Caesar Park (1979), Rio Palace Hotel (1979), Rio Atlântica (1989) e Rio Internacional (1989).

O produto turístico oferecido e comercializado pelas operadoras de turismo é suportado basicamente por *city tours* que contemplam a visita ao Pão de Açúcar, ao Corcovado, ao Maracanã, às praias da zona sul, à Lagoa Rodrigo de Freitas, às casas noturnas de Copacabana e, durante o período do carnaval, uma visita ao local do desfile das escolas de samba (Av. Presidente Vargas, depois a Rua Marques de Sapucaí e, a partir de 1984, o Sambódromo), na área central da cidade.

A permanência média do turista na cidade não ultrapassa quatro dias e muito raramente são realizadas visitas para além dos pontos turísticos elencados.

Nesse período, merecem destaque, em termos de infraestrutura de apoio e de equipamentos turísticos, a construção do Centro de Convenções

do Riocentro (1977), a inauguração da primeira linha do metrô da cidade (1979), a abertura do Sambódromo (1984) – na antiga Rua Marquês de Sapucaí (no bairro do Catumbi) – e as obras de reforma e ampliação do Aeroporto Internacional do Rio de Janeiro (1990).

A construção do Sambódromo marca a transformação do principal evento cultural da cidade – o desfile das escolas de samba, no Carnaval. Pela primeira vez, os governos estadual e municipal estão ocupados por políticos pertencentes a um mesmo partido, o que possibilita uma série de ações conjuntas na cidade do Rio de Janeiro.

Além disso, as articulações feitas, naquele momento, entre o poder público e os representantes das principais escolas de samba da cidade, em prol da profissionalização do espetáculo, viabilizam o trabalho de grandes operadores internacionais de turismo. Dessas articulações surge a Liga das Escolas de Samba do Grupo Especial (LIESA), que passa a ser a responsável pela organização do principal desfile do carnaval carioca, deixando para a Riotur apenas as responsabilidades relacionadas ao espaço do Sambódromo (segurança, infraestrutura, iluminação, etc.).

No final da década de 1980 e nos primeiros anos da década de 1990, a cidade do Rio de Janeiro vivencia como que um momento de alerta, quando alguns setores da sociedade civil e algumas lideranças políticas tomam para si a decisão de repensar a cidade.

O distanciamento e a desarticulação entre as decisões das três esferas de governo – federal, estadual e municipal – atingem um ponto crítico que incita um grupo de lideranças locais a iniciar um movimento de reestruturação da cidade, tanto do ponto de vista institucional como econômico, político e cultural. Percebe-se ser necessário um movimento proativo que recoloque a cidade no caminho do desenvolvimento.

A retomada da cidade pelos cariocas

A Conferência de Meio Ambiente da Organização das Nações Unidas (Rio 92), realizada na cidade no ano de 1992, surge como um dos acontecimentos mais positivos nesse processo de retomada da cidade por seus

moradores. Apesar de não ter força suficiente para devolver à cidade uma trajetória de crescimento, o evento mostra que é possível a cidade retomar o seu lugar de destaque no cenário nacional e internacional.

Para o setor turístico local, o evento serve para expor as possibilidades de crescimento do setor e também para apontar muitas de suas fragilidades, tanto pela qualidade dos serviços como pelas instalações e equipamentos que a cidade disponibiliza aos seus visitantes.

O contexto de mudanças no cenário nacional contribui para esse primeiro momento de alerta. O país inicia, nessa época, um significativo movimento de reestruturação econômica, com ações direcionadas para uma maior abertura ao mercado exterior, iniciativas de controle inflacionário, busca de melhoria da gestão das contas públicas e modernização dos sistemas de comunicações (ALQUERES, 2011, p.65).

A cidade do Rio de Janeiro consegue romper o círculo vicioso em 1993, com a constituição de um consórcio público-privado responsável pela elaboração do primeiro plano estratégico para a cidade, o Plano Rio Sempre Rio (1993-1996). Esse processo, iniciado a partir de um acordo entre o empresariado e o poder público municipal, é institucionalizado com a instalação do Conselho da Cidade (composto por 305 membros), no dia 20 de janeiro de 1995.

Na mensagem dos seus promotores (Prefeitura Municipal, Federação das Indústrias do Rio de Janeiro e Associação Comercial do Rio de Janeiro), o Plano Estratégico da Cidade do Rio de Janeiro – Rio Sempre Rio é apresentando como

> um instrumento básico de ação da cidade, cujo êxito é garantido por seu caráter participativo e de compromisso dos agentes envolvidos. [...] A participação institucional e cidadã, sem precedentes em cidades com as dimensões e os problemas do Rio de Janeiro, permitiu a elaboração de um plano que abrange os anseios de toda a sociedade. Não é um plano de governo, mas de toda uma cidade que quer ser acolhedora, participativa, competitiva, integrada interna e externamente e que quer dar ao carioca acesso e oportunidades para uma vida melhor... (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 1996, p.9).

O processo conta com a consultoria de especialistas espanhóis e tem como modelo o plano estratégico implementado em Barcelona no início da década de 1980. Justamente por conta disso, um dos principais projetos propostos consiste no lançamento da candidatura da cidade do Rio de Janeiro para sediar os Jogos Olímpicos de 2004.

A ferramenta da realização de megaeventos é incorporada pelos gestores da cidade como estratégia para a reapresentação da cidade ao cenário mundial. Essa tentativa, entretanto, só se realiza há poucos anos, com a escolha da cidade para sediar dois dos principais eventos esportivos mundiais: a Copa do Mundo FIFA de Futebol de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016.

Apesar de o Plano Estratégico Rio Sempre Rio não atingir resultados concretos, a sua maior contribuição pode ser atribuída à mudança de comportamento dos diversos agentes promotores da cidade, o que leva a um contexto de interlocução mais dinâmico entre todos os setores e lideranças da cidade. Esse novo contexto, de certa maneira, contribui para a alteração na percepção dos agentes externos sobre a cidade.

Por ausência de continuidade política no governo municipal entre 1997 e 2000, o Plano é retomado apenas em 2001, quando é reeditado para o período de 2001 a 2004. Essa nova edição está baseada na metodologia proposta pelo Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento (BIRD), concentrada no desenvolvimento econômico local (DEL), e apresenta propostas para a cidade a partir das suas doze regiões administrativas.

Durante o período contemplado pelos dois planos estratégicos, ainda se percebe a dificuldade de condução de um processo articulado entre todos os setores da cidade. Além disso, a descontinuidade político-administrativa marcante da gestão municipal no período acaba por gerar conflitos entre a política urbana, aprovada pelo Plano Diretor da Cidade, e os projetos aprovados pelos planos estratégicos. Em diversos momentos ocorrem situações de confronto entre o empresariado, a prefeitura, a Câmara Municipal e a sociedade civil organizada, indicando a falta de maturidade da cidade para a adoção de uma gestão participativa e descentralizada.

No entanto, mesmo com esses momentos de crises e conflitos, o turismo na cidade vai retomando sua linha de desenvolvimento, especialmente

a partir da publicação do Plano de Turismo da Cidade do Rio de Janeiro – Plano Maravilha, em 1997. Elaborado com a consultoria catalã e tendo também como modelo o projeto da cidade de Barcelona, esse Plano é desenvolvido por um conselho diretor, com a participação de mais de 1.500 representantes da cidade, em um processo que se estende por todo o ano de 1997. Apesar das suas propostas serem coerentes, também por questões de descontinuidade na gestão pública municipal, grande parte dos projetos propostos não chega a ser implementada.

Em 2007, é lançado o Plano de Turismo Cidade Maravilhosa – Rio Mais, que propõe uma política unificada para a gestão do turismo na cidade. Entretanto, é mais uma compilação dos projetos em andamento, sem muitos cuidados metodológicos, que pouco contribui para o efetivo desenvolvimento turístico da cidade.

Neste mesmo ano de 2007, a cidade do Rio de Janeiro sedia os XV Jogos Pan-Americanos, evento que reúne 47 modalidades esportivas e 5.633 atletas de 42 países. O evento atrai um fluxo turístico receptivo relevante, fazendo que a média geral de ocupação nos hotéis em toda a cidade alcance 85% e chegue a 95% em bairros como a Barra da Tijuca e São Conrado, segundo dados fornecidos pela Associação Brasileira da Indústria de Hotéis – ABIH.

Após os Jogos Panamericanos do Rio de Janeiro, são realizados os Jogos Parapanamericanos de 2007. Esse evento multiesportivo para pessoas com deficiência é organizado em parceria com o Comitê Paraolímpico Brasileiro (CPB) e tem a participação de aproximadamente 1.300 atletas de 26 países do continente americano, disputando 10 modalidades esportivas. Pela primeira vez, os Jogos Parapanamericanos são realizados em sequência aos Panamericanos e na mesma cidade sede.

No entanto, o tão almejado legado para a cidade e sua população fica reduzido, já que grande parte dos recursos aplicados na realização dos Jogos Panamericanos e Parapanamericanos do Rio de Janeiro concentra-se na construção e reforma das instalações utilizadas durante os jogos, sem interferências significativas sobre o cotidiano do cidadão carioca.

Ressalte-se que muitas dessas instalações, inclusive, não poderão ser utilizadas nos Jogos Olímpicos de 2016, por não atenderem às exigências do Comitê Olímpico Internacional (COI). Da mesma forma, para serem utilizadas durante a Copa do Mundo de 2014, passaram por novas reformas, a fim de atender às recomendações da FIFA, como é o caso do Estádio Mário Filho (Maracanã), cujo valor das obras estava estimado em R$ 859 milhões, segundo o Tribunal de Contas da União (TCU). As obras daquele estádio foram concluídas com algum atraso, no final do primeiro semestre de 2013, e o seu custo total foi de R$ 1.346 milhões, segundo o mesmo órgão, sem contar com as obras de entorno do estádio, sob-responsabilidade da Prefeitura Municipal (CASTRO, 2014).

É importante notar que, a partir de 2005, uma série de fatores na conjuntura política brasileira propicia um contexto mais promissor para a cidade do Rio de Janeiro. A eleição do presidente Lula, seguida da reeleição do governador Sérgio Cabral (com apoio político do governo federal) e a eleição do prefeito Eduardo Paes, em 2008, e sua reeleição em 2012 (sempre com apoio do governador e do presidente da república), conformam um momento único na história recente da cidade, quando os três níveis de governo encontram-se articulados e coesos em busca da reestruturação e requalificação da cidade do Rio de Janeiro.

Nesse novo contexto político-partidário, surge um projeto coletivo de revitalização e requalificação da cidade, centrado no objetivo de adquirir o direito de sediar os Jogos Olímpicos de 2016. Em 2009, é elaborado o terceiro plano estratégico municipal, denominado Rio Pós 2016, com caráter assumidamente de plano de governo, para o período 2009-2012. No final de 2013, aquele plano é revisto e apresenta uma visão de futuro para a cidade para o ano de 2030, além de diretrizes, metas e iniciativas para o período 2013-2016.

Simultaneamente à publicação do Plano Rio Pós 2016, o prefeito encaminha para a Câmara de Vereadores, em 2009, uma proposta de revisão do Plano Diretor da Cidade, devidamente atualizada, para permitir que a cidade cumpra os compromissos internacionais assumidos para a realização da Copa do Mundo de Futebol de 2014 e dos Jogos Olímpicos de 2016.

Essa nova versão do Plano Diretor da Cidade é aprovada em 2011. Em essência, o Rio de Janeiro organiza-se para fomentar um ambiente mais receptivo para atrair grandes investimentos privados e permitir a articulação de parcerias público-privadas para viabilizar algumas intervenções urbanas de grande porte, necessárias para estimular o processo de desenvolvimento econômico local.

Nesse cenário, observa-se a adoção de novas estratégias da gestão municipal da cidade, voltadas mais para a sua preparação para novos projetos e empreendimentos, mesmo isso significando esvaziar os investimentos nas questões direcionadas para a estrutura urbana de interesse coletivo da cidade.

Em outras palavras, o Rio de Janeiro opta pela adoção de um modelo de desenvolvimento que se volta para a "venda" da cidade no mercado mundial e que privilegia grandes projetos que amplifiquem a imagem da cidade, mesmo que, para isso, ela precise assumir níveis mais elevados de endividamento.

Nesse rol podem ser elencados o projeto da Cidade das Artes (no bairro da Barra da Tijuca), o projeto do Museu do Amanhã (na área central, junto ao píer Mauá) e a construção dos equipamentos esportivos para os Jogos Olímpicos, dentre outros que, além das suas funções próprias, já constituem novos marcos urbanos no *skyline* da cidade, marcos esses que devem alcançar reconhecimento internacional.

Atualmente, a imagem do Rio de Janeiro, em termos de posicionamento em relação ao país e ao exterior, mostra que a cidade atingiu um novo patamar de exposição, diferente do verificado nas décadas anteriores, tornando a cidade atrativa inclusive para grupos sociais diferenciados – destaque-se a afirmação do município como um importante destino LGBT, tendo sido inclusive escolhido, pela segunda vez consecutiva, o "destino gay mais sexy do mundo", em uma eleição realizada pelo site www.tripoutgaytravel.com em parceria com a rede de TV americana MTV. Considere-se que essa eleição leva em consideração apenas as questões turísticas, não avaliando a legislação e a aceitação social.

Dessa vez, a imagem do município é positiva e os próprios cidadãos reconhecem mudanças de postura política, identificam melhorias de infraestrutura e de qualidade de serviços e, mais importante, legitimam as iniciativas governamentais na direção de ações voltadas para a diminuição da violência, melhoria dos índices sociais e incorporação da cultura no dia-a-dia dos moradores e de visitantes da cidade, o que gera inúmeros desdobramentos, entre os quais o processo de returistificação do município.

O espaço reapropriado pelo turismo na cidade do Rio de Janeiro: um novo cenário em constituição

Entendendo o espaço do turismo como aquela parte do espaço onde se concentram os atrativos turísticos e os equipamentos e serviços turísticos, suportados por uma infraestrutura urbana de apoio (BENI, 2000; BOULLON, 2002), na qual são constatados os fluxos e as inter-relações entre os agentes produtores do turismo, é possível perceber que, no caso da cidade do Rio de Janeiro, esse espaço tem se mantido bastante limitado nos últimos cinquenta anos.

Apenas a partir da primeira década do século atual, por questões que vão desde as alterações no comportamento do consumidor do produto turístico (mais exigente, menos preocupado com os equipamentos e mais voltado para a qualidade da experiência que os lugares podem lhe oferecer), até a reestruturação das formas de gestão e governança do setor turístico nacional e municipal, observa-se significativa alteração no espaço turístico da cidade.

Apoiado por todo o contexto de grandes mudanças físicas e sociais que a cidade e o estado do Rio de Janeiro vêm experimentando nos últimos anos, frutos de um processo de retomada de consciência dos seus habitantes sobre seu lugar de vida, o turismo oferecido pela cidade aos seus visitantes ganha novos contornos tanto do ponto de vista espacial como também de segmentação.

A imagem do Rio de Janeiro como um destino turístico de sol, futebol, praia e sexo começa a ser questionada e reavaliada a partir do início da década de 1990, com as tentativas de inclusão, nos pacotes turísticos

oferecidos, de atrativos relacionados com o meio ambiente natural protegido (Floresta da Tijuca, Parque Nacional da Tijuca) e com características culturais (centro histórico, Lapa, Santa Teresa, museus), bem como com as peculiares áreas de ocupação urbana precárias, mais conhecidas como favelas.

Até o final da década de 1980, os produtos oferecidos aos visitantes, por intermédio do material de divulgação oficial da Riotur ou do material utilizado pelas operadoras de turismo, repetiam incansavelmente os mesmos roteiros e lugares: Pão de Açúcar, Corcovado, Praia de Copacabana e Ipanema, Maracanã e Jardim Botânico.

A partir da realização da Rio 92, as operadoras da cidade descobrem novas possibilidades de produtos a serem comercializados. Apoiados pelo fortalecimento do movimento ambientalista e do conceito de desenvolvimento sustentável de base local, os operadores passam a oferecer aos visitantes da cidade pelo menos mais duas opções de roteiros: os passeios pela Floresta da Tijuca e os *tours* pela favela da Rocinha.

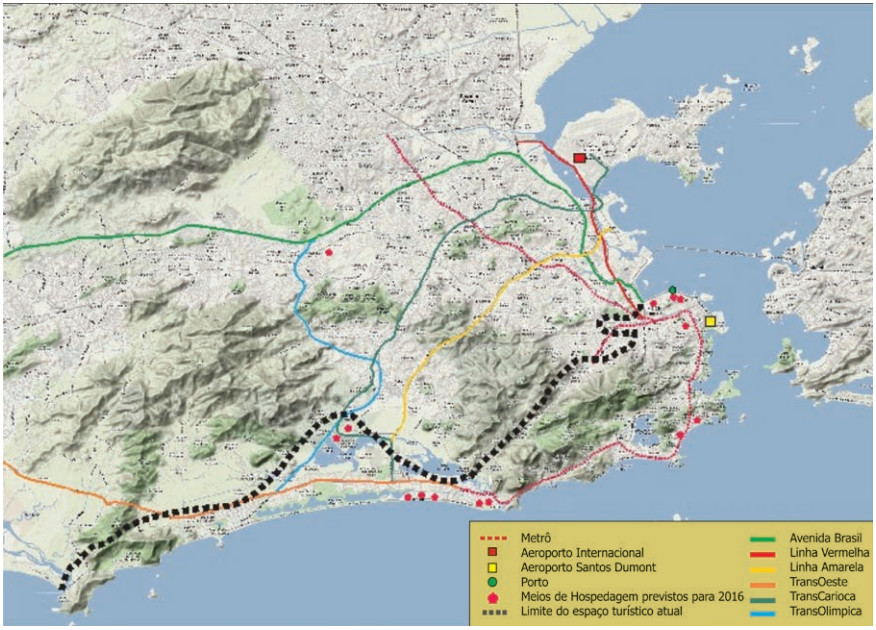
Essa atitude leva a uma alteração significativa no espaço apropriado pelo turismo no contexto da cidade do Rio de Janeiro. Se até aquele momento os turistas ficavam "confinados" à estreita faixa urbana da zona sul da cidade, composta pelos bairros de Copacabana, Ipanema, Leblon, Flamengo e Botafogo e, precariamente, ao centro urbano da cidade (Castelo, Lapa, Cinelândia), a partir da Rio 92 eles se espalham por outras áreas, avançando principalmente em direção à zona oeste da cidade (bairros de São Conrado e Barra da Tijuca).

A expansão dos segmentos de turismo de eventos e de negócios também contribui para ampliar o espaço turístico da cidade. A construção do Riocentro na zona oeste colabora com o surgimento dos primeiros meios de hospedagem na Barra da Tijuca, ainda na década de 1990. Também na área central da cidade ressurgem alguns meios de hospedagem para atender à demanda dos visitantes de negócios, dando outro dinamismo àquela região.

No entanto, são as grandes intervenções e as obras previstas e em andamento, por conta dos grandes eventos que a cidade vai sediar nos

próximos anos, que estão contribuindo para alterar e ampliar de maneira mais significativa o espaço do turismo na cidade, tanto em termos fisiográficos, como de oportunidades de novas experiências, que vão além do sol, praia e carnaval. O Mapa 1 mostra o espaço turístico atual do Rio de Janeiro.

Mapa 1: Espaço Turístico do Rio de Janeiro em 2011



Fonte: elaborado pelos autores

As grandes obras de melhorias das vias de acesso e dos meios de transportes (ampliação do metrô e construção dos novos corredores estratégicos para os transportes coletivos) estão criando novos espaços de fluxos para os visitantes, além de facilitar toda a mobilidade urbana da população local pela cidade.

O processo de pacificação das áreas de favelas da cidade, responsável pela retomada do controle sobre o território dessas comunidades pelo poder público, por sua vez, está possibilitando dois processos distintos e simultâneos de turistificação (KNAFOU, 1996; FRATUCCI, 2009) dessas áreas.

Para os turistas, atende-se à curiosidade por conhecer essas áreas até então inacessíveis para eles e, do ponto de vistas dos moradores, responde-se ao desejo de aproveitar a oportunidade de estruturação de pequenos negócios para atrair e atender a esses novos visitantes dentro de seus lugares de vida.

Áreas até pouco tempo consideradas impossíveis de serem incorporadas pelos roteiros das operadoras de turismo, por conta dos riscos que ofereciam aos seus visitantes, as favelas estão sendo "descobertas" e oferecendo experiências turísticas diferenciadas.

Paralelo a essa "redescoberta" das paisagens e ao redesenho de possibilidades, as obras de intervenções urbanas em andamento na cidade estão descortinando novas experiências para os visitantes e para os próprios cariocas. Na área central e mais antiga da cidade, destacam-se a reestruturação da zona portuária, a partir do projeto denominado Porto Maravilha, e a returistificação da área boêmia do bairro da Lapa, onde o destaque tem sido a Feira de Antiguidades da Rua do Lavradio, que ocorre sempre no primeiro sábado de cada mês, durante o dia, e o recém-inaugurado Museu de Arte do Rio de Janeiro (MAR), na Praça Mauá.

O projeto Porto Maravilha prevê a reurbanização e refuncionalização de uma grande área urbana junto à zona portuária, incluindo os bairros da Gamboa, Santo Cristo, Saúde, Cidade Nova e Caju, em um processo de reestruturação de grandes dimensões.

Toda essa operação foi aprovada pela Lei Municipal Complementar nº 101/2009, que criou a Operação Urbana Consorciada da Área de Especial Interesse Urbanístico da Região Portuária do Rio de Janeiro.

O projeto objetiva "promover a reestruturação local, por meio da ampliação, articulação e requalificação dos espaços públicos da região, visando à melhoria da qualidade de vida de seus atuais e futuros moradores e à sustentabilidade ambiental e socioeconômica da área" (CDURP, 2012a), abrangendo uma área total de cinco milhões de metros quadrados e exigirá cerca de R$ 8 bilhões em investimentos até 2015.

Esses investimentos envolverão desde grandes obras de infraestrutura e de modernos sistemas de transportes, até a implantação de

centros culturais e museus, como o Museu de Arte do Rio (MAR) e o Museu do Amanhã, obra..., ambos localizados na área da Praça Mauá e já inaugurados

Figura 1 - Imagem aérea da nova Praça Mauá, com o Museu do Amanhã e o VLT, a partir do Museu de Arte do Rio (MAR)

Fonte: Marcello B. T. Machado, 2016.

Os investimentos estão sendo captados junto a investidores privados por meio da venda de Certificados de Potencial Construtivo (CEPACs), a partir da Lei 101/2009, que autoriza a construção para além dos limites previstos na legislação para aquela área, com exceção das áreas de preservação, de patrimônio histórico, cultural e arquitetônico e dos prédios públicos (CDURP, 2012b).

O projeto de revitalização da Zona Portuária está diretamente vinculado ao projeto olímpico da cidade e, naquela área, estão previstas as instalações da área de hospedagem da mídia, a construção de hotéis cinco estrelas e a instalação de uma série de equipamentos culturais e de entretenimento que certamente irão atrair mais visitantes, ampliando o espaço do turismo na cidade.

Nesse contexto atual, no qual a cidade do Rio de Janeiro se encontra e no qual a inércia e a apatia dos seus líderes, políticos e empresários deram lugar a diversos movimentos e planos para reestruturação espacial, social, cultural, política e econômica, o espaço apropriado pelo turismo vem sofrendo diversas alterações e reformulações.

Aliado aos movimentos endógenos da cidade, as alterações ocorridas no mercado turístico mundial, em especial, no comportamento do consumidor do produto turístico, provocaram e continuam provocando modificações no espaço turístico da cidade, que vêm se ampliando tanto do ponto de vista do espaço geográfico, como dos segmentos e das experiências que o visitante pode usufruir durante sua estada na cidade.

Uma boa indicação dessas alterações pode ser encontrada no conjunto do material promocional que a Riotur vem utilizando atualmente para promover a cidade junto ao mercado e aos visitantes. Trata-se de um material de alta qualidade, premiado pelo Ministério do Turismo como a melhor campanha promocional dos destinos turísticos indutores brasileiros, que apresenta uma cidade bem mais complexa que aquela divulgada e promovida pela mesma empresa até a década de 1990.

No mapa turístico oficial, peça integrante desse material promocional, tem-se uma perfeita visão do que é compreendido como espaço do turismo. Apesar de apresentar no verso um mapa sem escala e que compreende todo o território do município, em uma pequena janela se encontra uma espécie de mapa índice, que mostra como se articulam os quatro trechos considerados turísticos, estes apresentados em escala ampliada.

Os quatro mapas ampliados (também sem escala) representam a área compreendida entre São Conrado e o centro da cidade, a zona central da cidade, o litoral da zona oeste (Barra da Tijuca) e a Ilha de Paquetá.

Comparado aos mapas turísticos anteriores, esse mapa mostra claramente uma ampliação do espaço turístico que, até pouco tempo, se encerrava na praia do Leblon, não incluía a Ilha de Paquetá e pouco informava sobre a zona oeste da cidade.

Mas, ao distanciar o olhar do espaço geográfico e buscar uma visão mais complexa do tecido urbano da cidade, é possível perceber que o que se oferece e se apresenta ao visitante atualmente vai muito além.

A cidade continua sendo vendida como um destino de praia e sol, mas as suas características culturais, arquitetônicas e gastronômicas são agora destacadas, ao lado das oportunidades para as práticas de uma infinidade de esportes, de entretenimento e de congressos e eventos profissionais.

Outro retrato das alterações no espaço do turismo carioca é dado pelo mapeamento da oferta de meios de hospedagem (MH) em 2013 (MHs), na Tabela 1, e a comparação com a inclusão dos empreendimentos hoteleiros que se encontram em construção, em processo de aprovação pela Prefeitura e sob consulta prévia, em dados disponibilizados pela agência de desenvolvimento da cidade, a Rio Negócios, na Tabela 2.

Tabela 1: Oferta de Meios de Hospedagem na cidade do Rio de Janeiro – 2013

	Barra		Copacabana		Maracanã		Deodoro		TOTAL CIDADE	
	MH	UH	MH	UH	MH	UH	MH	UH	MH	UH
Hotel	20	3.000	128	13.325	58	5.070	7	244	213	21.639
5 estrelas	4	1.609	9	2.768	1	*44*	-	-	***14***	***4.421***
4 estrelas	*4*	*614*	*42*	*5.397*	*6*	*1.204*	*1*	*62*	***53***	***7.277***
3 estrelas	7	536	41	*3.689*	*15*	*1.824*	-	-	***63***	***6.049***
2 estrelas	*2*	*130*	*28*	*1.271*	*10*	*824*	*1*	*36*	***41***	***2.261***
sem classificação	3	*111*	*8*	*200*	*26*	*1.174*	*5*	*146*	***42***	***1.631***
Pousada	10	143	9	93	10	139	-	-	29	375
Albergue	8	31	66	614	18	168	1	8	93	821
Apart-Hotel	20	2.702	32	2.072	1	108	-	-	53	4.882
Cama-Café	128	141	631	727	152	182	23	26	934	1.076
Motel	18	749	7	271	76	3.622	25	1.771	126	6.413
TOTAL	204	6.766	873	17.102	315	9.289	56	2.049	1.448	35.206

Legenda: BARRA: AP4, Alto, São Conrado, Vidigal, Guaratiba e Sepetiba; COPACABANA: AP2 (exceto Grande Tijuca); MARACANÃ: AP1, Grande Tijuca, Zona da Leopoldina, Del Castilho, Cachambi; DEODORO: AP5 (exceto Guaratiba e Sepetiba), Ilha do Governador, Realengo, Osvaldo Cruz, Pavuna

Fonte: Riotur/Rio Negócio/ SMU-RJ, 2013

Tabela 2 – Previsão de Oferta de Meios de Hospedagem (MH) e UHs no Rio de Janeiro, até 2016

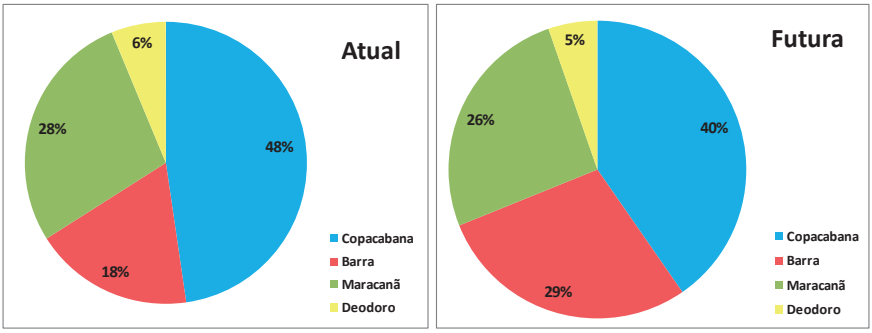
	BARRA		COPACA-BANA		MARA-CANÃ		DEODO-RO		TOTAL	
	MH	UH	MH	UH	MH	UH	MH	UH	MH	UH
Oferta Atual	204	6.766	873	17.102	315	9.289	56	2.049	1.448	35.206
Em obras ou licenciados	28	6.282	24	3.218	13	1.758	2	176	67	11.434
Em análise	14	2.504	10	1.370	16	2.534	2	499	42	6.907
Sob consulta	2	608	1	20	2	162			5	790
PREVISÃO 2016	248	16.160	908	21.710	346	13.743	60	2.724	1.562	54.337

Fonte: Riotur/Rio Negócio/ SMU-RJ, 2013

Em 2013 a área classificada como Copacabana, que inclui toda a zona sul da cidade da Gloria até o Leblon, comportava 47,96% das unidades habitacionais (UHs) em meios de hospedagem, enquanto a Barra (de São Conrado até Guaratiba) comportava 19,21% das UHs (Gráfico 1). A área do Maracanã, que corresponde à área central mais a grande Tijuca e Leopoldina, possuía atualmente 26,38% da oferta de UHs, e a área de Deodoro (zona norte e parte oeste da cidade) concentrava 4,11% dessa oferta.

Com os números de UHs previstas para estarem no mercado até o ano de 2016 (Tabela 2), esses percentuais sofrerão algumas alterações, com a área de Copacabana diminuindo sua participação para 39,95% da oferta total de UHs, enquanto a área da Barra passará a comportar 29,74% da oferta. A participação das áreas do Maracanã e de Deodoro, apesar do acréscimo absoluto na oferta de UHs, perderão espaço relativo, comportando 25,29% e 5,01% daquela oferta, respectivamente (Gráfico 2).

Gráficos 1 e 2 – Oferta atual e futura de UHs na cidade do Rio de Janeiro, por área



Fonte: Riotur/Rio Negócio/ SMU-RJ, 2013

A previsão é de um acréscimo de 138,84% na oferta de UHs na área da Barra, enquanto na área de Copacabana esse crescimento ficará em torno de 26,94% e, na área do Maracanã, será de 47,94% a mais na oferta atual. Certamente o aumento mais significativo na área da Barra está diretamente relacionado com a oferta de terrenos liberados para a construção e com a proximidade dos espaços para realização de eventos.

Outra observação importante nessa nova espacialização da oferta de meios de hospedagem e de UHs na cidade do Rio de Janeiro relaciona-se com o tamanho dos empreendimentos em fase de construção, aprovação e consulta. Enquanto os empreendimentos previstos para a área da Barra têm uma média de 236,32 UH/MH, na área de Copacabana essa média é de 135,07 UH/MH e, na área do Maracanã, a média é de 157,30 UH/MH.

No cômputo geral, a média de UH/MH na Barra da Tijuca irá passar dos atuais 87,17 UH/MH para 133,57 UH/MH, enquanto na área de Copacabana passará de 67,66 UH/MH para 75,75 UH/MH. Na área do Maracanã, a média passará de 57,64 UH/MH para 71,75 UH/MH, enquanto na área de Deodoro aumentará de 61,30 UH/MH para 72,92 UH/MH. Nessas médias não estão incluídas as unidades habitacionais dos meios de hospedagem do tipo Cama-Café.

Esses números, vinculados a um dos principais equipamentos relacionados ao desenvolvimento turístico de qualquer destino – os meios de

hospedagem –, confirmam a tendência de expansão urbana para a região oeste da cidade e indicam outros pontos de atratividade para os visitantes. No entanto, a maioria dos elementos que continuam atraindo os visitantes permanece na zona sul e na área central da cidade.

Considerações Finais

A análise aqui realizada dos processos socioespaciais resultantes das práticas turísticas na cidade do Rio de Janeiro, permite-nos concluir que o espaço apropriado pelo turismo na cidade vem sofrendo alterações tanto do ponto de vista da sua espacialidade como no tocante às tipologias de atividades e produtos disponibilizados para o visitante da cidade.

A imagem da cidade do Rio de Janeiro como um destino turístico de futebol, praia e carnaval, muito fortemente difundida desde a década de 1940, ganhou novos rumos e componentes diferenciados a partir de uma série de tentativas de revitalização do espaço urbano da cidade.

Após um longo período de descuido dos governantes, da população e das lideranças locais para com a cidade (décadas de 1970 e 1980) – postura provocada pelo processo de esvaziamento político, cultural e econômico, em função da transferência da capital do país para Brasília em 1960 – é possível identificar um momento de retomada marcado pela realização da II Conferência de Meio Ambiente da ONU (Rio 92), em 1992.

Nessa primeira tentativa, realizou-se um esforço considerável para demonstrar ao mundo e ao mercado que a cidade apresentava condições organizacionais e de estrutura urbana para sediar grandes eventos e recepcionar um número elevado de visitantes com segurança, conforto e hospitalidade.

Apesar do evento Rio 92 ter sido, em si, bem sucedido, não teve força suficiente para recolocar a cidade na trajetória positiva de retomada do seu processo de desenvolvimento cultural e econômico. Faltava, naquele momento, um dos pontos mais importantes para qualquer processo de reestruturação urbana: a articulação de todos os agentes sociais envolvidos

nos processos, incluindo os três níveis de governo com ingerência sobre a cidade – o municipal, o estadual e o federal. Essa lacuna é um problema reincidente durante todo o período temporal analisado neste trabalho.

Em 1993 teve início o primeiro ciclo de planejamento estratégico da cidade, que gerou o Plano Rio Sempre Rio (1993-1996), no qual os organizadores deixam claro que não se trata de um plano de governo, mas sim de "um plano de toda a cidade". Tendo como modelo o planejamento estratégico realizado na cidade de Barcelona, o Plano Rio Sempre Rio propõe que a cidade assuma um lugar de destaque dentro da rede de cidades globais e que, para isto, dentre outros objetivos, se candidate a sediar megaeventos como uma estratégia de ganhar mais visibilidade, principalmente no sentido de atrair mais visitantes e mais investidores. Dessa forma, pode oferecer mais oportunidades à população, por meio da geração de postos de trabalho, de redistribuição de renda ou da melhoria da qualidade de vida.

A desarticulação entre as lideranças políticas locais, materializada na interrupção e na descontinuidade da administração municipal em 1997, não permite que os objetivos desse plano e os do Plano Maravilha sejam atingidos dentro do horizonte temporal previsto. Após um hiato de quatro anos, nova tentativa é iniciada com a edição de um segundo plano estratégico, chamado *As cidades da Cidade*, com um olhar mais voltado para o desenvolvimento local e a cidade vista como um conjunto de partes (regiões administrativas) que devem ser pensadas e gerenciadas individualmente, mas sem perder de vista que, juntas, formam um sistema maior.

Entretanto, a desarticulação dos agentes sociais da cidade e a descontinuidade administrativa na gestão municipal durante o período desses dois planos acabam criando conflitos entre as estratégias propostas e a política urbana da cidade, uma vez que o Plano Diretor em vigência não contempla muitos dos projetos e ações previstos nos planos estratégicos.

O descompasso somente é solucionado, em ambiente de muitos conflitos entre os vários setores da sociedade, em 2011, quando um novo Plano Diretor é aprovado pela Câmara de Vereadores da Cidade.

Esse ambiente de conflitos e desarticulação entre os diversos níveis de governo da cidade é dirimido a partir de 2006, com a eleição de um novo governo estadual que compõe a base do governo federal (reeleito em 2010), e a partir de 2008, com a eleição do atual prefeito (reeleito em 2012), que também está alinhado com o posicionamento político dos governos federal e estadual.

Depois de muitas décadas, a cidade do Rio de Janeiro passa a ter os três níveis de governos articulados em torno de um mesmo projeto político partidário, em prol do projeto de reestruturação da cidade. Esse projeto materializa-se no Plano Rio Pós 2016 que, apesar de ser elaborado no contexto de um processo de planejamento estratégico, é assumido como plano de governo pela atual gestão municipal.

No bojo desse novo plano estratégico encontram-se todos os projetos e ações assumidos internacionalmente para dar à cidade o direito de sediar os grandes eventos dos próximos anos. Construído segundo uma metodologia de trabalho menos participativa, o plano segue o modelo dos planos estratégicos baseados nos critérios do *marketing* de lugares, que apregoam que a cidade deve ser preparada para ser vendida e não apenas para ser um lugar de vida para os seus moradores.

Dentro desse enfoque, são feitas alterações na política urbana, de modo a viabilizar a atração de grandes empreendimentos para a cidade. Entre essas intervenções está o Projeto do Porto Maravilha, que compreende uma grande reestruturação da zona urbana portuária da cidade, compreendendo o território de quatro bairros que se encontravam em estado de abandono e esvaziamento comercial e econômico. Atualmente, compõem um imenso canteiro de obras de grandes proporções, como aquela da implosão do viaduto da Perimetral, além da implantação de novos modais de transportes públicos.

As grandes alterações no sistema viário e de transportes da cidade são uma segunda intervenção que está alterando a mobilidade dentro do espaço urbano, colocando áreas antes inacessíveis à disposição da população e dos visitantes.

Também o projeto de pacificação das favelas, conhecido como UPPs, está redefinindo o espaço da cidade, incluindo, nas áreas consideradas urbanas, outras áreas de ocupação precárias, conhecidas como favelas. Essa intervenção nos espaços das favelas, desenvolvida pelo governo estadual, responsável constitucionalmente pela segurança pública, aliada aos projetos de inclusão dos territórios reconquistados das favelas pacificadas à cidade, também estão contribuindo para uma ampliação e uma complexificação do espaço apropriado pelo turismo na cidade, uma vez que novos produtos turísticos estão sendo oferecidos aos visitantes, nesses locais.

Dois últimos projetos são a afirmação dos bairros de Santa Teresa e da Lapa, nos termos preconizados por Hayllar, Griffin e Edwards (2008), como áreas funcionais turísticas[1] – áreas nas quais o turismo se evidencia mais claramente, embora não seja a atividade socioespacial exclusiva – e a ampliação da rede hoteleira da cidade do Rio de Janeiro, que não somente se reinventa desde o ponto de vista da qualidade, como descreve um movimento geográfico de espalhamento no território da cidade, ocupando áreas pelas quais antes não demonstrava interesse.

A cidade do Rio de Janeiro encontra-se hoje totalmente exposta mundialmente e vive um momento de grandes alterações físicas, espaciais, sociais e econômicas, como há muito não vivenciava. Depois de perder muito espaço político, comercial e econômico, a cidade pode ser considerada "a bola da vez", o lugar onde todos querem estar e investir.

Um dos exemplos dessa exposição mundial é a reedição da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Rio-92), 20 anos depois de sua realização. Trata-se da Conferência das Nações

1 Os autores definem uma área funcional turística como uma área geográfica diferenciada, caracterizada por uma concentração de usos, atividades e visitação relacionados ao turismo, com fronteiras comumente difíceis de serem definidas. Trata-se de um conceito que, ao fazer referência a diferentes escalas espaciais, pode ser aplicado a uma região, e que incorpora claras referências a variados elementos do espaço natural – área, concentração, uso do solo, visitação e fronteiras. Destaque-se que essas áreas funcionais podem ser frequentadas também por residentes, mas o que as define como turísticas é a presença prioritária ou destacada de visitantes, sejam turistas ou excursionistas.

Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, a Rio+20, realizada na cidade entre os dias 13 e 22 de junho de 2012.

Como que em um reconhecimento da importância da cidade no contexto mundial, a assembleia geral da ONU escolheu o Rio de Janeiro como sede do evento já em 2009. A Rio+20, cujo objetivo foi contribuir para a definição de uma agenda do desenvolvimento sustentável para as próximas décadas, surgiu como o primeiro grande desafio recente para os gestores públicos e para a iniciativa privada, no sentido de inserir efetivamente o município na agenda global. Com a participação de diversos chefes de Estado e seus representantes, além de ambientalistas do mundo inteiro, atraindo inúmeros visitantes à cidade do Rio de Janeiro, a Rio+20 – embora ainda não se tenha condições de avaliar objetiva e inteiramente os efeitos positivos e negativos do evento recém-realizado – enfrentou problemas e apresentou soluções inovadoras, parte de um processo de aprendizado que mal começou.

Seguiram-se recentemente desafios que vêm funcionando como testes para a realização das Olimpíadas. Aconteceu a 13ª Jornada Mundial da Juventude (JMJ Rio 2013) entre os dias 23 e 28 de julho de 2013, na cidade do Rio de Janeiro.

O evento, cujo objetivo é fazer que os jovens do mundo inteiro celebrem e aprendam sobre a fé cristã e construam relações de amizade e esperança entre continentes, povos e culturas, retornou à América do Sul depois de 25 anos, já que sua segunda edição aconteceu em 1987 na cidade de Buenos Aires e reuniu, na época, aproximadamente um milhão de participantes.

A edição anterior, em 2011, aconteceu em Madrid, entre os dias 16 e 21 de agosto, e reuniu cerca de 1,5 milhão de participantes. Esse evento tradicionalmente atrai milhares de turistas de diversos países do mundo, e as expectativas da Confederação Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) confirmaram-se, com a edição no Rio de Janeiro sendo uma das mais importantes de todas já realizadas, gerando um Impacto Total dos gastos dos peregrinos sobre a economia da Cidade no valor de R$ 1.868.176.517,67 (OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO RIO DE JANEIRO, 2013a).

Em 2013, o Rio de Janeiro também foi a principal sede da Copa das Confederações, torneio de futebol organizado pela FIFA e disputado pelos seis campeões continentais de futebol, além do país-sede e do último campeão da Copa do Mundo da FIFA, totalizando oito países participantes. Esse evento, considerado um preparativo para a Copa do Mundo, atraiu inúmeros visitantes interessados em assistir as partidas entre algumas das principais seleções de futebol do mundo e gerou um Impacto Total dos gastos dos turistas sobre a economia da cidade no valor de R$ 105.418.735,64 (OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO RIO DE JANEIRO, 2013b).

Em 2014 realizou-se no Brasil a Copa do Mundo, tendo-se o Rio de Janeiro como um dos principais destinos dos jogos e o Maracanã como palco da final.

Grandes investimentos privados seguem sendo captados e as parcerias público-privadas começam a provocar grandes intervenções no espaço urbano, o que tem levado à transfiguração tanto do espaço cotidiano do carioca, como do espaço apropriado pelo turismo e pelos turistas. Lugares, atrações e áreas funcionais urbanas, até pouco tempo considerados impróprios ou inacessíveis para os moradores e para os visitantes, agora estão sendo incorporados à cidade, como novas opções de moradia, ou como novos produtos (e lugares) turísticos comercializáveis.

Certamente todas essas alterações trazem em seu bojo diversos processos de mudanças menos objetivas que as físico-espaciais, como os processos de gentrificação que vêm sendo verificados em algumas favelas, na Lapa e na área da zona portuária. Nesses lugares, a população de décadas está sendo substituída por novos moradores, que os "descobrem" e os adotam como lugar de moradia.

Em alguns casos, essa mobilidade dos moradores é orientada pelas leis do mercado, com a população original se aproveitando da valorização dos seus imóveis, vendendo-os espontaneamente e buscando novos bairros mais afastados para residir.

Em outros casos, mais dramáticos e quase sempre pouco divulgados, os moradores se veem impedidos de continuar nos seus imóveis dado

o aumento dos impostos e do custo de vida nesses lugares reestruturados, o que os obriga, forçosa ou indiretamente, a buscar outras opções de residência.

Até mesmo em áreas de favelas esses processos estão ocorrendo. Os morros do Vidigal, da Rocinha e de Dona Marta certamente são os melhores exemplos disso. Neles é possível encontrar imóveis ocupados por moradores vindos de outros bairros e até mesmo por cidadãos estrangeiros que optaram por viver na cidade e, mais especificamente, nessas favelas.

O cenário que a cidade oferece atualmente como espaço turístico é muito diferente daquele de trinta anos atrás, tanto do ponto de vista da sua espacialidade como do tipo de experiência que a cidade vem oferecendo para seus visitantes – nacionais ou estrangeiros – e também para os seus moradores.

A cidade, que era formada por produtos turísticos baseados nas praias, no futebol e no carnaval, passa a ser apresentada como um destino turístico complexo, multifacetado e dinâmico que deve ser visto, vivido, sentido e absorvido por todos.

Não é mais apenas um destino turístico de "sol e praia", mas um lugar para viver grandes experiências, em espaços naturais e urbanos relacionados à cultura, ao modo de vida dos moradores, às possibilidades da prática de um leque considerável de atividades desportivas e à realização de eventos profissionais e sociais de inúmeras dimensões.

Esse novo espaço turístico, que está em plena construção, talvez só se constitua efetivamente depois mesmo dos Jogos Olímpicos, em 2016.

Mesmo com incertezas, há algo com o que se pode contar: o sucesso ou não dessas alterações será determinado pela capacidade de articulação de todos os agentes sociais envolvidos na construção da cidade, do nível de atenção dado a problemas fundamentais, da gestão responsável do desenvolvimento imobiliário e da correta administração até mesmo dos processos de gentrificação.

O Rio de Janeiro vive um momento ímpar. Góes (2011, p. 51) destaca que "Numa perspectiva histórica, se bem-sucedido, o plano de legado

dos grandes eventos desta década poderá ser comparado à magnitude dos impactos [...] das transformações urbanísticas de Pereira Passos no início do século XX". Junte-se a essa perspectiva o novo título recém-adquirido pelo município, o de Patrimônio Mundial como Paisagem Cultural, título concedido pela primeira vez na história a uma cidade. O título foi concedido no dia primeiro de julho de 2012, durante a 36ª Sessão do Comitê do Patrimônio Mundial, reunido em São Petersburgo, na Rússia. Trata-se do reconhecimento do valor cultural da paisagem carioca e do profícuo resultado da interação das belezas naturais com as intervenções humanas.

O desafio de construção de um Rio de Janeiro melhor, definitivamente inserido no circuito mundial de destinações turísticas, embora enorme, está definitivamente lançado, com enormes chances de ser vencido. Basta somente que os interesses da cidade e de seus moradores e visitantes sejam colocados efetivamente acima dos interesses empresariais de grupos ou de indivíduos.

Referências bibliográficas

ALQUÉRES, Jose Luiz. A evolução do ambiente de negócios no Rio de Janeiro. In: URANI, André; GIAMBIAGI, Fabio (Orgs.). *Rio:* a hora da virada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. p.60-72.

BENI, Mario Carlos. *Análise estrutural do turism*o. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

BOULLON, Roberto C. *Planejamento do espaço turístico*. Bauru: EDUSC, 2002.

CASTRO, Carolina Oliveira. Custo do Maracanã para a Copa vai a R$ 1,346 bi com estruturas temporárias. *O Globo*, Rio de Janeiro, 20 mar.2014. Esportes. Disponível em http://oglobo.globo.com/esportes/custo-do-maracana-para-copa-vai-r-1346-bi-com-estruturas-temporarias-11928432#ixzz35a72S5kg, acesso em: 1ºjul.2014.

CDURP, Companhia de Desenvolvimento Urbano da Região do Porto do Rio de Janeiro. *Porto maravilha: um sonho que virou realidade*. Disponível em http://

www.portomaravilha.com.br/web/sup/OperUrbanaApresent.aspx. Acesso em: 17 jan. 2012a.

CDURP, Companhia de Desenvolvimento Urbano da Região do Porto do Rio de Janeiro. Disponível em <htpp://www.portomaravilha.com.br/web/sup/cInvProspect.aspx>. Acesso em 17 jan 2012b.

FRATUCCI, Aguinaldo Cesar. Refletindo Sobre a Gestão dos Espaços Turísticos: perspectivas para as redes regionais de turismo. *Turismo em Análise.* v.20, n.3, p.391-408, dez. 2009.

GÓES, Felipe. Os grandes eventos de 2011 a 2016 e seus legados para a cidade. In: URANI, André; GIAMBIAGI, Fabio. *Rio*: a hora da virada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. p. 51-59.

HAYLLAR, Bruce; GRIFFIN, Tony; EDWARDS, Deborah (Eds.). *City Space. Tourist Places. Urban tourism precincts.* London: Elsevier, 2008.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Cidades: Rio de Janeiro*. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/cidadesat/link.php?uf=rj, 2010. Acesso em: 22 jan. 2012.

KNAFOU, Remy. Turismo e Território. Por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, Adyr A. B. (Org.). *Turismo e Geografia.* Reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: HUCITEC, 1996. p. 62-74.

MACHADO, Marcello de Barros Tomé. *A modernidade no Rio de Janeiro:* construção de um cenário para o turismo. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal das Culturas, Coordenadoria de Documentação e Informação Cultural, Gerência de Informação, 2008. (Coleção Biblioteca Carioca; v.51. Série Publicação Científica).

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO RIO DE JANEIRO. *O perfil e os impactos econômicos dos turistas da Jornada Mundial da Juventude 2013 no Rio de Janeiro*. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2013a.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO RIO DE JANEIRO. *Os Impactos Econômicos da Copa das Confederações FIFA 2013 no Rio de Janeiro*. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2013b.

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO et alli. *Plano estratégico da cidade do Rio de Janeiro* – Rio Sempre Rio. Rio de Janeiro: Imprensa da Cidade, 1996.

REIS, Ana Carla Fonseca. O desenvolvimento de uma economia criativa. In: URANI, André; GIAMBIAGI, Fabio. *Rio*: a hora da virada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. p. 150-160.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godói; SPOLON, Ana Paula Garcia. Meios de hospedagem. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godói. *Viagem na memória:* guia histórico das viagens e do turismo no Brasil. 2.ed. São Paulo: SENAC SP, 2001. p. 153-174.

URANI, André; GIAMBIAGI, Fabio. Rio: a hora da virada. In: URANI, André; GIAMBIAGI, Fabio. *Rio*: a hora da virada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. p.3-11.

CAPÍTULO 4

ENOTURISMO NA ARGENTINA. A CAPACIDADE DO VINHO PARA PROMOVER UMA REGIÃO

Regina G. Schlüter
Juana Norrild

Introdução

Cada vez mais cresce a importância do enoturismo que, juntamente ao turismo gastronómico, foi incorporado como de especial interesse sob o grande guarda-chuva do turismo cultural e analisado de diferentes maneiras pelos pesquisadores (TONINI; LAVANDOSKI, 2010; ZAMORA; BARRIL, 2007; REMUS FÁVERO; ROTTA ANTUNES, 2007; MEDINA; TRESSERRAS, 2008; HERNÁNDEZ, 2010; DÍAS ARMAS, 2008), mas que essencialmente se constitui da visita às regiões produtoras de vinho para familiarizar-se tanto com a implantação do terreno e atividades conexas quanto com a visita às vinícolas e a permanência para usufruir e desfrutar do tempo livre.

Sem dúvida, as visitas às vinícolas são muito mais antigas e há registros de que já havia viagens organizadas para esse propósito na época do Grand Tour e, inclusive, na época clássica de Grécia e Roma (Hall *et al*. 2004). Os autores apontam a união de vários fatores. Primeiro, a revolução do transporte como consequência do desenvolvimento das estradas de ferro, que facilitou grandemente o acesso. Segundo, surgiu uma revolução social, em termos de crescimento de uma nova classe média, que começou a buscar vinhos de qualidade, imitando a aristocracia. Finalmente, a publicação, em 1855, de *Classification of the Wines of the Gironde* que, pela primera

vez, explicitamente e oficialmente, deu ao vinho e às regiões vitivinícolas uma identidade de destino (Hall *et al.* 2004, p.2).

Igualmente, Hall *et al.* (2004) acrescentam que as rotas do vinho foram parte do turismo alemão desde a década de 1920 e se estenderam até outros países da Europa Central e, logo, até a California (EUA), a região de Ontario (Canadá), Nova Zelândia e Austrália. Na América do Sul, teve início a organização das festas e das férias com o objetivo de promover a produção vitivinícola. Em 1931, surgiu em Caxias do Sul (Brasil) a Festa da Uva, que atualmente tem uma periodicidade bianual. Entre seus objetivos, se encontra promover a vitivinicultura e seu entorno rural (TOMAZZONI 2003).

O vinho também foi um importante atrativo turístico para a província de Mendoza (Argentina), refletida em seu slogan *tierra del sol y del buen vino* e na Fiesta de la Vendimia, realizada durante o mês de março, desde 1936, e que já na década de 1950 se consagrou como um evento de grande importância. Não obstante, a Argentina focaliza o desenvolvimento de suas regiões vitivinícolas por meio do enoturismo, assim como, entre outros países, Austrália e Nova Zelândia (DUARTE ALONSO, 2005; HALL, 2005; TRELOAR, HALL, MITCHEL, 2004), Brasil (REMUS FÁVERO; ROTTA ANTUNES, 2007; TONINI; LAVANDOSKI, 2010), Canadá (BROWN; GETZ 2005), Chile (ZAMORA; BARRIL 2007), España (RODRÍGUEZ GARCÍA; LÓPEZ-GUZMÁN; CAÑIZAREZ RUIZ; JIMÉNEZ GARCÍA, 2010; MARZO-NAVARRO; PEDRAJA-IGLESIAS, 2012; HERNÁNDEZ, 2010; DÍAZ ARMAS, 2008; DUARTE ALONSO; SHERIDAN; SCHERRER, 2008; MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE; MELIÁN NAVARRO, 2008; LÓPEZ-GUZMÁN GUZMÁN *et al.* 2008), Estados Unidos de América, França e Itália (PRESENZA; MINGUZZI; PETRILLO, 2010), Portugal; Sudáfrica (BRUWER, 2003).

O objetivo deste estudo é analisar o êxito da Rota do Vinho em Mendoza (Argentina), em função de dois estudos de caso, as Bodega Familia Zuccardi e Bodega Séptima. Foram realizadas uma pesquisa bibliográfica e uma pesquisa com a aplicação da observação participante em ambas vinícolas. Também se realizaram entrevistas semiestructuradas com os responsáveis pelas vinícolas e entrevistas estruturadas aos visitantes.

Desenvolvimento da vitivinicultura na argentina

O cultivo da uva para produção de vinho, na Argentina, começou com a chegada dos Jesuítas no século XVI, que encontraram na região dos Andes um espaço realmente próspero para o desenvolvimento da produção de vinho para ser usado com finalidades religiosas. No século XVII, a Região de Cuyo, onde se localiza Mendoza, começa a impactar a economía do país com sua produçã.vinícola As primeras uvas que se cultivaram foram de origem espanhola.

> Como no restante da América, os colonizadores espanhóis foram os que implantaram aqui a Vitis Vinifera. Alguns afirmam que a videira chegou diretamente desde o Perú através da Puna de Atacama. Mas a tradição documentada considera o Chile como origen dos vinhedos argentinos (WIESENTHAL, 2011, p.70).

A versão oficial argentina diz que, em 1556, o Padre Juan Cedrón trouxe alguns pés de uva para a produção de vinho de missa. Posteriormente, Aimé Pouget instalou em Mendoza um vinhedo em caráter experimental, introduzindo variedades francesas: Chardonnay e Malbec. O clima seco, as águas de degelo e a boa altitude sobre o nivel do mar ajudaram a produzir excelentes safras. Por volta de 1880, surgiu a primeira vinícola argentina – El Trapiche – que atualmente se dedica exclusivamente à produção de vinhos de alta qualidade. Uma das variedades mais importantes e de melhor adaptação na região foi a Malbec, conhecida como a uva francesa que se tornou um emblema para o desenvolvimento do comércio exterior das vinícolas argentinas.

Até 1870, a principal atividade econômica da província de Mendoza era o cultivo de cereais, principalmente alfafa, e a exportação de gado para o Chile. As mudanças políticas na Argentina e no Chile, a chegada da ferrovia e a intensa imigração de pessoas do Mediterrâneo, que aumentava o consumo de vinho a escala nacional, aliadas à destruição causada pela filoxera (Philloxera vastatrix) nos vinhedos de França, fizeram que a vitivinicultura começasse a ser uma atividade em franco crescimento e de grande

rentabilidade, o que gerou uma série de indústrias agregadas que beneficiaram a economía regional (RICHARD-JORBA *et al*. 2006).

No princípio, o vinho era transportado por trem a Buenos Aires, onde era processado para posterior engarrafamento antes do seu "batismo", ou seja, antes de sua diluição com um pouco de água devido à alta concentração. Seu consumo era destinado principalmente ao mercado interno e, para melhorar seu sabor, se agregavam gelo e soda. Na década de 1990, surgiram novas mudanças no contexto socioeconómico nacional que influenciaram a produção de vinho no país. Começou-se a produzir vinhos de alta qualidade, e a fronteira de sua produção se estendeu amplamente, cobrindo uma ampla área nas bases da Cordilheira dos Andes, desde o norte da Patagônia (paralelo 42º Sul) até a província de Salta, no extremo norte da Argentina. Também se estendeu para outras províncias no centro do país, mas ainda sem grande interesse para o mercado internacional.

Atualmente, a provÍncia de Mendoza é responsável por 70% a 75% da produção argentina de vinhos finos; compete no mercado mundial com excelentes resultados que se traduzem em importantes prêmios; e é considerada como o centro vitivinícola mais importante da América do Sul (CAVIAR-BLEU, 2008).

Um grande passo para o crescimento da indústria vitivinícola e turística de Mendoza foi a incorporação da região à Rede Global das Grandes Capitais do Vinho (Great Wine Capitals Global Networks), em 2005. Porém, nem todas as vinícolas de Mendoza desenvolveram o conceito de turismo.

Surgimento do enoturismo

Paralelamente ao crescimento da vitivinicultura durante a década de 1990 – como consequência de grandes investimentos e a chegada de capitais do país e do exterior – os produtores observaram que, em diferentes partes do mundo, as vinícolas deixaram de ser simplemente plantas de elaboração, para complementar seus prédios, com facilidades para o lazer e facilitar a familiarização com o mundo do vinho (Presidencia de la Nación s/f). Foi assim que muitas vinícolas abriram suas portas ao público e

começou a se desenvolver a rota do vinho, processo no qual a província de Mendoza tomou a iniciativa entre as oito províncias que a integram, ao mesmo tempo que se criaram organismos dedicados ao desenvolvimento, formação de recursos humanos e promoção da atividade. Mendonza possui o maior número de vinícolas (65%) abertas ao público.

Com o objetivo de oferecer atrações durante todo o ano, foram se organizando atividades sazonais. Entre alguns dos serviços e produtos oferecidos, destacam-se os seguintes (FULLER, 2005):

- *Visitas tradicionais*: vinhedos, vinícola centro de visitas, degustações de vinhos.
- *Visitas exclusivas*: passeio pelos vinhedos em carroças privadas, visita à vinícola, degustação de um vinho selecionado por um enólogo, acompanhado de queijos e embutidos.
- *Programa de colheita*: acontece entre os meses de fevereiro, março e abril e constitui-se de um roteiro pelos vinhedos em companhia de um engenheiro agrônomo; com degustação de vinhos.
- *Programa de poda*: é uma atividade de dia inteiro em companhia de um engenheiro agrónomo, durante os meses de agosto e setembro; além de percorrer os vinhedos, se oferecem degustações.
- *Cursos de degustação*: com degustações técnicas verticais (diferentes colheitas para um mesmo vinho) dirigidas por um enólogo.
- *Cursos de gastronomia com vinhos*: preparam-se pratos utilizando os vinhos das vinícolas em que se oferecem os cursos.
- *Cursos de corte de vinhos*: após visitar a vinícola, o turista tem a possibilidade de criar seu próprio vinho.

Para um melhor conhecimento do consumidor e para realizar ações concretas de desenvolvimento do produto, Fontela e Pavón (2005) elaboraram uma tipología de visitantes que chegam a Mendoza, diferenciando entre turista casual, enófilo principiante e turista enófilo.

- ✓ *Turista casual*: É aquele que não pretende conhecer aspectos relacionados com o vinho e vai à vinícola porque faz parte da experi-

ência recreativa; ou seja, vai à vinícola porque Mendoza tem como ícone o vinho e isso torna a visita obrigatória. Não se interessam pelo processo da elaboração ou pelo desenvolvimento da indústria, mas apenas "olham, tiram fotos e compram produtos de merchandising", com a finalidade de mostrar que passaram por uma vinícola, sem sequer saber o seu nome.

- ✓ *Turista enófilo principiante*: Está iniciando o caminho como amante e conhecedor de vinhos. Tem perfil atento, chega, escuta, pergunta muitas coisas básicas. Apresenta-se como enófilo recém iniciado e ávido de informação e presta muita atenção a tudo o que está ao seu redor.
- ✓ *Turista enófilo*: Lê muito sobre vinhos, fez cursos sobre o tema e pertence a algum clube. Consumiu vinhos de várias marcas e chega à vinícola buscando conhecimentos mais específicos, mais técnicos. Quer ser atendido por uma pessoa com conhecimentos sobre o tema.

Diante do crescimento constante do enoturismo e da grande oportunidade que apresentava a abertura das vinícolas ao turismo, em 2007, Bodegas de Argentina, com apoio do Banco Interamericano de Desenvolvimento, assinou um acordo de cooperação com a Secretaria de Turismo da Nação, o Conselho Federal de Investimentos, o Instituto Nacional de Promoção Turística e os governos das províncias vitivinícolas para por em ação o Plano de Consolidação do Enoturismo na Argentina (PCEA), com a finalidade de incrementar a atividade. Com o objetivo de vincular os setores público e privado ao setor vitivinícola e ao turismo, foi criada a Mesa del Turismo del Vino para constituir-se na Unidade Executora no contexto da Cooperação Vitivinícola Argentina (COVIAR), como parte do Plano Estratégico Vitivinícola 2020.

A província de Mendoza concentra atualmente cerca de 70% da vitivinicultura argentina e tem mais de 100 vinícolas abertas ao turismo, concentrando a maior atividade enoturística do país. Segundo Malizia (2010), com base em dados do departamento de turismo de Bodegas Argentina, no primeiro semestre de 2010, 768.846 pessoas percorreram os Caminhos do

Vinho da Argentina, o que representa 57,7% de aumento em relação a 2009. Mendoza, com 34%, San Juan com 14%, e Salta com 11%, foram as províncias argentinas que apresentaram a maior proporção de enoturistas. Segundo o mesmo informe, 35% dos enoturistas são estrangeiros e provêm dos EUA, Brasil, Chile, Inglaterra, França, Espanha, Alemanha, Italia e Portugal., enquanto 64% dos turistas do vinho são argentinos e provêm majoritariamente da cidade e província de Buenos Aires. Para atender os visitantes, 79% das vinícolas possuem pelo menos um responsável pelo turismo, e 42% contam com a assistência de um enólogo ou de um programa turístico.

Caminhos do vinho e bodegas na província de Mendoza

Foi observado que existe uma visível confusão quanto à denominação dos caminhos do vinho. Não se opta por uma denominação específica, mas utiliza-se indistintamente "caminho" ou "rota". O Ministerio de Turismo da Argentina a denomina "rota do vino" em vários slogans, mas se refere a ela como "caminho" (Ministerio de Turismo, s/f). O mesmo acontece com as empresas privadas.

A *Ruta del Vino de Mendoza* possui diferentes regiões cuja quantidade, denominação e delimitação variam segundo os autores. Para Rolland e Chrabolowsky (2003, p.50), a *Ruta* se compõe de 4 regiões: Centro Oeste, Valle de Uco, Este e Sul, enquanto Caviar Bleu (2008, p.55) se refere à Região do Norte Mendocino, Zona Alta do Rio Mendoza, Região do Este Mendocino e a Região do Valle de Uco. O Ministerio de Turismo da Argentina establece Zona Alta do Río Mendoza, Este, Valle de Uco e Sul. Neste texto se utilizará a classificação oficial realizada pelo Ministerio de Turismo da Argentina (s/f).

A Zona Alta do Río Mendoza é considerada como a Cuna do Malbec, onde se produzem vinhos finos por excelência e onde se concentra a maior quantidade de vinícolas. Além da Malbec, se cultivam variedades como Cabernet Sauvignon, Syrah, Tempranillo, Bonarda, Pinot Noir, Merlot, Chardonnay, Sauvignon Blanc e Viognier.

Possui os vinhedos mais antigos da provincia e, portanto, os mais apreciados pela concentração que caracteriza seus frutos. Compreende os

departamentos de Maipú, Luján de Cuyo, Godoy Cruz, Guaymallén e Las Heras, todos muito próximos da cidade de Mendoza. Essa zona é também reconhecida por sua produção olivícola, e ali se encontram dois museus do vinho: o Museo de Bodega La Rural, um dos mais importantes da América, visitado por cerca de 66.000 turistas anuais (dados do museu), e o museu de Bodegas Giol. Esses museus de Vinícolas estão na localidade de Chacras de Coria, que possui restaurantes, fazendas e alojamentos (*lodges*) do mais alto nivel.

A Zona Este é considerada como a principal pela extensão de seus vinhedos e pelo volume produzido. Com paisagem predominantemente desértica, essa região compreende os departamentos de San Martín, Rivadavia, Junín, Santa Rosa e La Paz. Em geral, as vinícolas dessa zona são grandes, preparadas para a elaboração de vinhos comuns em grande escala, com capacidade de mais de 10 milhões de litros; só recentemente foi incorporada tecnología para a elaboração de vinhos finos. As variedades cultivadas tradicionalmente são Criolla grande, Moscatel e Cereza, se bem que, nos últimos dez anos, iniciou-se o plantio de variedades finas como Malbec, Merlot, Bonarda, Sangiovese, Syrah, Tempranillo e Ugni Blanc, entre outras.

A Zona do Valle do Uco, formada pelos departamentos de San Carlos, Tunuyán e Tupungato, é a mais jovem das regiões vitivinícolas e também a que se encontra em maior altitude sobre o nivel do mar (900 a 1.200 metros). Está em plena expansão, não apenas no que se refere às vinícolas, mas também em relação aos equipamentos de hospedarias e alojamentos para abrigar o crescente número de visitantes. Essa jovem zona, cujos vinhedos não superam os 10 anos de antiguidade, está ao pé da cordilheira dos Andes, o que lhe dá um atrativo paisagístico adicional, além da cuidadosa arquitetura que a caracteriza, já que a maioria das vinícolas foi implementada nos últimos anos.

Nesse polo se instalaram empresas de capitais estrangeiros como chilenos, franceses, espanhóis e holandeses. As variedades de uvas para vinho tinto tintas cultivadas são Malbec, Cabernet Sauvignon, Syrah, Tempranillo, Merlot e Barbera. Entre as brancas, que representam 30% do total, se destaca a Semillón.

A Zona Sur se situa no centro da província e compreende os Departamentos de San Rafael e General Alvear. Nessa região convivem vinícolas de todo tipo, desde as familiares e artesanais até as grandes elaboradoras de mostos, passando pelas pequenas *bodegas boutique* e as clássicas centenárias, até chegar à mais moderna planta elaboradora de vinhos espumantes, estilo champagne. Cultivam-se as variedades Cabernet Sauvignon, Malbec, Bonarda, Syrah, Chardonnay, Chenin e Sauvignon Blanc, principalmente. Em decorrência das características de sua geografía, essa zona alia o enoturismo com os esportes aquáticos.

O êxito do *Camino Vino* se assenta sobre o êxito da indústria do vinho. De acordó com Caviar-Bleu (2008, p.198):

> Em 2000, a Argentina exportou 843.000 hectolitros de vinho e em 2005, 1.852.862 hectolitros. Cerca da metade são vinhos finos. […] Isso representou para o país quase 125 milhões de dólares no ano 2000; 231,4 milhões de dólares em 2004 e 302,4 milhões de dólares em 2005, cifras que mostram uma notável curva de crescimento.

A isso soma-se a grande automação que foi implementada no cultivo da vinha, como a agricultura ecológica e biológica, e o respeito pela natureza que buscam recuperar. Por exemplo, existem vinhedos que levam em conta os ciclos da lua e os movimentos estelares. Bisson *et al* (2002) há dez anos diziam precisamente que:

> The challenge to wine producers in this new century is daunting — to understand the fundamental motivation behind consumer choice and to produce wines of enhanced attractiveness while simultaneously developing and implementing sustainable production practices for both grape growing and wine making.

A tudo que foi exposto se agrega a tendência dos mais jovens a participar ativamente na cultura do vinho. E também há que apontar, ao justificar o êxito da rota, a grande amplitude que possui seu público objetivo.

Por outra parte, essa rota está íntimamente ligada à gastronomía típica e de alta qualidade e ao cultivo de oliveiras, com cujo produto algumas

bodegas têm autorização para elaborar azeite de oliva com marca própria. São mais pontos de êxito somados, já que as vinícolas mais prósperas possuem restaurante e até alojamento.

Os restaurantes possuem um menu selecionado, gourmet e diferenciado, mas todas oferecem pratos harmonizados com seus vinhos. O restaurante do hotel Club Tapiz, por exemplo, apresenta pratos preparados com produtos orgânicos de colheita própria. O restaurante da Finca Viñas del Golf oferece pratos exclusivos, elaborados em forno de barro e assados na brasa.

Hospedar-se nas vinícolas é prática de um segmento turístico de alto poder aquisitivo. É o caso da Bodega Salentein, no Valle de Uco, ou do hotel Club Tapiz, no departamento de Maipú. A Posada Salentein está rodeada de vinhedos e permite ao turista desfrutar de todas as atividades que oferecem, inclusive galeria de arte e pátio de esculturas. "Possui oito apartamentos em duas casas de campo e oferece comidas regionais. Em frente à vinícola se encontra um complexo gastronômico cultural denominado Kilka (SCHLÜTER, 2006, p.168)". O Club Tapiz é um espaço sofisticado em um entorno de uvas, olivas e montanhas. "É um pequeno hotel de luxo membro de NA Town & Country Hotels que possui sete apartamentos com vista aos vinhedos, spa e um restaurante. Também sedia uma escola de cozinha (SCHLÜTER, 2006, p.169).

A cidade de Mendoza possui desde alojamentos de luxo até uma grande quantidade de opções em termos de serviços e preços. Em geral, o turismo de massa opta por hospedar-se nessa cidade. .É comum turistas locais afirmarem: "Ficaríamos encantados em hospedar-nos em uma vinícola, mas o orçamento não deu. É para turistas estrangeiros".

Quanto aos alojamentos de alto nivel de Mendoza, se destaca o Park Hyatt Mendoza, que também está relacionado com os vinhedos, já que oferece um spa inspirado nas uvas, por meio de seus tratamentos de vinoterapia. Possui também uma ampla galería onde se expõem os melhores vinhos argentinos.

Apesar do êxito dessa Ruta del Vino de Mendoza, sem dúvida há alguns itens que devem ser melhorados para oferecer um produto mais elaborado ao turista, expostos a seguir.

Por um lado, há que se destacar que não é fácil chegar a algumas das vinícolas, devido ao escasso material informativo, como mapas e informação adicional, à sinalização deficiente e ao mal estado de conservação de alguns caminhos vicinais.

O acesso à informação sobre essas zonas ainda é incipiente, seja nos *sites* de internet sobre turismo, seja no Ministerio de Turismo de Argentina, na Subsecretaría de Turismo de Mendoza, seja, ainda, em outras instâncias oficiais (com mapas sobre como chegar). Em geral, os mapas têm informação insuficiente e as grandes rotas de acesso possuem sinalização, mas ainda falta ajustar muitos detalhes. Tal dificuldade deve-se ao fato de que muitas vinícolas se localizam em zonas cujo acesso é feito por pequenos caminhos de terra com sinalização precária, em sua maioria. Mas, sobretudo, apesar de se poder telefonar previamente, não existe material gráfico claro e específico. Isso fica evidenciado e fundamentado com os testemunhos dos visitantes entrevistados.

"Viajamos a Mendoza em automóvel e intentamos visitar algumas bodegas de forma independente, mas nos resultou bastante complicado achar algumas delas. Principalmente, as que estão nos caminhos laterais à rodovia de acesso, que são de terra e sua malha é como uma teia de aranha (E1)".

"Foi complicado chegar a algumas bodegas porque, como não era clara a sinalização da rota, perguntamos em um posto de gasolina e nos indicaram incorretamente. Logo paramos em um restaurante e eles não conheciam a vinícola (E2)".

Existem vàrias agências de turismo especializadas e outras tantas diversificadas, que oferecem pacotes clássicos e personalizados. Mas, para os viajantes que tentan chegar às bodegas por conta própria, as causas expostas são um problema.

Outro obstáculo é a falta de articulação entre as bodegas. Apesar da aparente parceria de comunicação entre elas, não existe um guia ou um mapa claro para que o turista possa organizar um roteiro eficiente de maneira independente.

"Quisemos visitar as bodegas Zuccardi e Salentein no mesmo dia, já que parecia não haver tanta diferença de kilômetros entre ambas. Mas só pudemos visitar uma e tivemos que cancelarla outra. Na realidade, se

estivesse melhor organizada (as informações) poderíamos ter visitado outra vinícola mais perto (E1)".

Os *BID, FOMIN Bodegas Argentinas A. C.* (s/f: 45) dizem que, com exceção de Mendoza e Salta, que apresentam uma demanda consolidada de enoturismo, no restante das regiões, a visita a vinícolas é uma atividade incluída nos pacotes, mas como complemento de outras atrações. Entretanto, outro obstáculo que as bodegas de Mendoza deverão enfrentar, em algum momento, é a competição com as outras províncias que desenvolvem o turismo do vinho; e isso também é expresso pelos entrevistados. "Tenho família em Mendoza, depois de visitá-los fui conhecer a rota do vinho de San Juan. E, na próxima viagem, planejamos conhecer a de Salta (E17)".

Os dois casos estudados, que se localizam na Zona Alta do Río Mendoza, remetem ao fato crucial – na história da vitivinicultura argentina – de que, a partir da década de 1990, muitos antigos proprietários imigrantes foram substituídos por empresários argentinos e estrangeiros, que realizaram investimentos e deram novo impulso à indústria. A Familia Zuccardi representa as bodegas antigas que se modernizaram e não apenas sobreviveram, mas também conseguiram um grande êxito. Já a Séptima representa essas bodegas jovens instaladas pelos novos investidores estrangeiros, neste caso, da Espanha.

> Em muitos casos, os novos investidores ampliaram as bodegas já existentes; em outros, elas foram remodeladas ou se lançaram à aventura de construir novos templos para o vinho. Em todos prevaleceu a ideia de que as bodegas não são apenas estabelecimentos industriais, mas também espaços onde se unem para o consumidor-visitante o comercial, o turístico e o cultural (CAVIAR BLEU, 2008, p.143)

Bodega Familia Zuccardi

A Bodega Familia Zuccardi, localizada no departamento de Maipú, foi criada por um argentino e embasa sua estratégia em uma longa tradição como empresa familiar. Em 1963, o Sr. Zuccardi implantou um vinhedo com o propósito de mostrar, aos produtores da zona, a funcionalidade de um sistema de irrigação criado por eles, e isso aumentou a sua grande paixão

vinícola, em 1968. Em 1976, assume seu filho, em 1980, se antecipam às mudanças que se avizinhavam à indústria do vinho e começam o processo de reconversão dos vinhedos. Assim, surge a marca Santa Julia, em homenagem à sua filha. Logo, em 1999, apresentam os primeiros vinhos de alta qualidade.

A vinícola possui uma capacidade de 16.500.000 litros e possui uma imagem de empresa familiar. O filho maior é responsável pela bodega do Valle de Uco, o filho menor se dedica à produção de azeite de oliva dos Zuccardi, enquanto a filha é encarregada do restaurante da bodega e a avó da família é a curadora da galeria de arte. Essa imagem de empresa familiar é explícita na sua página da internet.

A Familia Zuccardi possui um programa de visitas que inclui passeio guiado pela bodega e pela galería de arte; degustações; passeios pelos vinhedos em bicicleta, carros antigos e balões; colheita da uva; cursos de cozinha; e serviço de restaurante, com a possibilidade de experimentar o menu da carta do restaurante ou un pic-nic de luxo. A cesta deste último oferece ao comensal toalhas e guardanapos em tecido; uma tábua de queijos, frios, patés e vegetais; sanduíches quentes; águas e vinhos de sua bodega; além de uma degustação de várias sobremesas e vinho espumante. Um turista afirmou: "Nos encantou o pic-nic. Uma delícia. Um detalhe de extremo bom gosto (E6)".

Em cada detalhe está presente a hospitalidade e o serviço primoroso ao turista. Os Zuccardi buscam criar uma imagem de profundo prazer, de desfrute, e extremadamente bucólica. Nada fica entregue ao acaso. O conceito de familia está no primeiro contato por e-mail, perdura durante toda a visita e fecha com a cordial despedida. A ideia que eles manifestam é que o turista parta da bodega tendo vivido uma experiência inesquecível. "Está muito bem que te receba um Zuccardi, te sirva a comida Julia Zuccardi e te venda o vinho outro Zuccardi (E9)".

O restaurante da bodega Familia Zuccardi, Casa del Visitante, está ambientado em uma genuina fazenda mendocina, rodeada de vinhedos (Figura 1) e jardins com oliveiras. Abriu suas portas em 2004 e, em 2006, recebeu o prêmio "The Great Wine Capitals" pelo Melhor Restaurante em Bodega. A bodega começou a receber turistas em 2001 e a realizar estatísticas em 2004, momento em que se registraram 8.100 visitantes. Em 2005,

foram 14.700, ou seja, teve um crescimento de 81%. A partir de então, todos os anos houve um crescimento constante. Atualmente recebem cerca de 45.000 visitantes anuais (dados ministrados pela bodega).

Figura 1: Vinhedos da Bodega Familia Zuccardi

Fonte: Trabalho de campo

A bodega possui uma completa *wine store* onde se comercializam produtos exclusivos como os vinhos de laboratório em experimentação e até produtos de vinoterapia. A pesquisa aponta tanto o turista casual como o principiante e o enófilo como visitantes.

Para chegar à bodega, o caminho não é tão direto, mas é preciso tomar um acesso de terra desde a rodovia, e a sinalização nesta última causa confusão para quem chega pela primeira vez na região. "Demos muitas voltas antes de chegar. Nos perdemos várias vezes em caminhos de terra equivocados. As placas da rodovia são confusos (E5). Viemos em um tur, portanto não tivemos problemas (E6).

Bodega Séptima

A Bodega Séptima, localizada no Departamento de Luján de Cuyo, pertence ao grupo espanhol Codorniú e baseia sua imagem em uma experiência importada que busca dar identidade própria à sua produção argentina.

A Bodega Séptima surgiu em 2001 e tem uma imponente arquitetura inspirada na cultura huarpe, os antigos donos dessas terras. O ancestral sistema de construção se denomina *pirca* e se baseia na superposição de pedras andinas (Figura 2). "Pacíficos, agrupados en tribos, com cerâmicas de influência peruana, e dedicados à críação de animais, os huarpes deviam a qualidade e a ampla rede de suas hidrovias aos incas, os aborígenes de Cuzco, no Perú (CAVIAR-BLEU, 2008, p.12).

Figura 2: Frente da Bodega Séptima

Fonte: Trabalho de campo

Os criadores de Codorniú, da Espanha, adquiriram 320 hectares na Argentina (Luján de Cuyo – Mendoza), investindo cerca de US$ 2,5 milhões para instalar uma nova bodega (ROLLAND; CHHRABOLOWSKY,

2003, p.109). Possui mais de 150 hectares plantados e uma capacidade para 3.000.000 de garrafas anuais.

Em 2010, a Bodega Séptima recebeu mais de 8.000 visitantes e, em 2011, o número cresceu a quase 11.000, em razão do significativo aumento de eventos sociais que acontecem na bodega. Pode-se dizer com alguma certeza que 60% dos turistas que visitam a vinícola são argentinos (Buenos Aires, Mendoza, Santa Fé, Córdoba) e os 40% restantes, estrangeiros (Brasil, USA, Canadá, Bélgica, Chile) (datos ministrados pela bodega).

Quanto aos dados produtivos, em 2011 se elaboraram mais de 3 milhões de litros de vinhos e espumantes, com um crescimento orgânico de 20% em vinhos e 25% em espumantes desde seu lançamento em 2001 e 2003, respectivamente. Entre 50 e 60% da produção destinam-se à exportação (dados ministrados pela bodega).

Desde 2003, a Séptima propõe aos turistas visitas guiadas por suas instalações, degustações regulares e especiais, o programa de colheita durante a época da vindima (que inclui a colheita de uvas, uma visita guiada e almoço), um programa de degustação de espumantes, enquanto se observa o entardecer durante época estival, e um restaurante com os vinhos da bodega, denominado María. Ali se pode desfrutar o vinho da bodega, com tapas, música e uma vista inigualable. Além disso, oferece a posibilidade de realizar eventos sociais e corporativos em seu privilegiado terraça com vista para os Andes.

A visita é amena, clara e específica. Sobretudo, tenta mostrar uma imagem de laboratório, eficaz e eficiente. Precisamente o laboratório ocupa um importante espaço da bodega. "Visitei outras bodegas, mas aqui consigo os vinhos de alta qualidade que aprecio. E tudo parece funcionar como em um laboratório (E13)".

Um detalhe muito importante das visitas guiadas às bodegas é que cada uma tem um perfil diferente e agrega novos conhecimentos, já que cada bodega produz o vinho de uma maneira diferente. Esta, inclusive, é a percepção que os visitantes expressam."Fui a várias bodegas antes de visitar Séptima e achei que ia me aborrecer. Me surpreendeu que em cada uma me deram dados diferentes e me ensinaram coisas novas (E11)".

O *wine store* da bodega é pequeno mas bastante específico, conforme turistas enófilos e visitantes fiéis à marca reconheceram.

Quanto à sinalização e o estado dos caminhos para chegar à Bodega Séptima, não há muitos problemas, porque se acessa diretamente desde a Ruta 7, que se comunica com o Chile. "Chegamos rápido e direto. Está bem indicado (E18)".

Considerações finais

Pode-se afirmar que a Ruta del Vino de Mendoza é um projeto exitoso, cujo sucesso se fundamenta sobre o êxito da própria indústria do vinho, além dos projetos individuais que alavancaram o desenvolvimento turístico das vinícolas.

O grande diferencial da Ruta ou Camino del Vino de Mendoza é estar respaldada por uma indústria bem sucedida e crescente, que soube oportunamente ressignificar-se e adaptar-se às mudanças conjunturais de todo o mundo. Igualmente, a tendência a desfrutar da cultura do vinho e o interesse crescente por ele, desde há mais de uma década, ajudam a fortalecer a rota.

Por outro lado, a clara debilidade da Ruta del Vino de Mendoza é a falta de uma organização que permita ao turista dispor de informação abundante e precisa. Desse modo, se poderia racionalizar o tempo turístico de maneira mais eficiente e evitar a desorientação que produz uma teia de vias de acesso mal sinalizadas, e inclusive sem pavimentação em alguns casos. Ainda não há um projeto de comunicação oficial que agilize e facilite as visitas por conta própria.

Se, nos níveis estadual e nacional, ocorressem melhorias na infraestrutura viária, a Ruta ou Camino del Vino teria oportunidade de crescer ainda mais. A grande lacuna é a sinalização, a melhoria dos caminhos e a articulação das vinícolas entre si, além de alojamentos mais econômicos nas próprias vinícolas. Melhorar esses pontos deficitários resultaria em uma maior satisfação do visitante e em uma imagem de maior vitalidade da região.

Um problema de menor intensidade é a falta de atividades culturais, na cidade de Mendoza, que complementem a rota. A cidade tem muito potencial quanto à produção cultural, desde sua arquitetura, as artes em geral, o teatro, etc., mas não existe uma oferta mais ampla e articulada.

Finalmente, a ameaça da rota se concentra no crescimento das novas rotas ou caminhos do vinho das provincias vizinhas, que estão em franco crescimento, e talvez exija dos *mendocinos* um novo esforço criativo para manter o êxito com o turismo. Uma dessas rotas é a de Salta, que se desenvolveu notavelmente nos últimos anos, somando à proposta de turismo enológico todo o patrimônio de artesanato, a gastronomia, as paisagens da pré-cordilheira e os alojamentos temáticos. Em 2011, foi inaugurado o *Museo de la Vid y el Vino* em Cafayate, um espaço vivo e interativo, com estímulos visuais e sonoros. A rota do vinho de San Juan também cresce significativamente.

Referências bibliográficas

BID, FOMIN & Bodegas Argentinas A. C. Informe sobre demanda y benchmarking del turismo del vino en Argentina. *Proyecto de consolidación del enoturimso en la República Argentina*.[199-]

BISSON, L.; WATERHOUSE, A.; EBELER, S.; WALKER, M.; TAPSLEY, J. The present and future of international wine industry. *Nature*, n.418, p.196-699, 2002. http://www.nature.com/nature/journal/v418/n6898/full/nature01018.html?free=2 Acceso en noviembre de 2011.

BROWN, G.; GETZ, D. Linking wine preferences to the choice of wine tourism destinations. *Journal of Travel Research*, v.43, n.3, p.266-276, 2005.

BRUWER, J. South African wine routes: some perspectives of the wine tourism industry`s structural dimensions and wine tourism products. *Tourism Mangement*, n.24, p.423-435, 2003.

CAVIAR-BLEU. *Mendoza*. De pura cepa. Mendoza: Editora Andina Sur, 2008.

DÍAZ ARMAS, R. Potencialidad e integración del turismo del vino en un destino de sol y playa: el caso de Tenerife. *Revista Pasos*, v.6, n.2, p.199-212, 2008.

DUARTE ALONSO, A.; SHERIDAN, L.; SCHERRER, P. Wine tourism in the Canary Islands: an exploratory study. *Revista Pasos,* v.6, n.2, p.291-300, 2008.

DUARTE ALONSO, A. *Wine tourism experiences in New Zeland*: an exploratory study. Tesis de doctorado, Lincoln University, New Zeland, 2005.

FONTELA, C.; PAVÓN, W. Enoturismo. Presentación en el Wine Marketing Forum, Buenos Aires, 2005.

FULLER, C. *Enoturismo*. Presentación en el Wine Marketing Forum, Buenos Aires, 2005.

HALL, M. Biosecurity and wine tourism. *Tourism Management*, v.26, n.6, p.931-938, 2005.

HALL, C. M, JOHNSON, G.; CAMBOURN, B. ***et al.*** Wine tourism: an introduction. In: HALL, C.M; SHARPELES, B; CAMBOURNE; B; MACIONIS, N. (Eds.). Wine Tourism around the World. Development, Management and Markets. Oxford: Elsevier Butterworth-Heineman, 2004, p. 196-225.

HERNÁNDEZ, A. R. *Turismo y vino en el mundo*. El caso de Bodegas Enrique Mendozas.Univ.Alicante,2010.http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/15168/1/Turismo%20y%20vino%20en%20el%20mundo_Ramis.pdf Acceso en noviembre de 2011.

LÓPEZ-GUZMÁN GUZMÁN, T.; MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE; G.; CARIDAD Y OCERÍN, J. Análisis econométrico del enoturismo en España. Un estudio de caso. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, v.17, n.2, p.98-118. 2008.

MALIZIA, G. Crece el enoturismo en Argentina. 2010. In: http://www.winesur.com/es/noticias/crece-el-enoturismo-en-argentina..Acceso 11 de enero de 2012.

MARZO-NAVARRO, M.; PEDRAJA-IGLESIAS, M. Desarrollo del turismo del vino desde la perspectiva de los productores: Una primera aproximación al caso de Aragón (España). *Estudios y Perspectivas en Turismo, v.*21, n.2, en prensa.2012.

MEDINA, X.; TRESSERRAS, J. Turismo enológico y rutas del vino en Cataluña. Análisis de casos: D. O. Penedès, D. O. Priorat y D. O. Montsant. *Revista Pasos, v.*6, n.3, p.493-509. 2008.

MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, G.; MELIÁN NAVARRO, A. Rutas turísticas enológicas y desarrollo rural. El caso estudio de la denominación de origen Montilla-Moriles en la provincia de Córdoba. *Papeles de Geografía,* n. 47-48, p.159-170. 2008.

MINISTERIO DE TURISMO. Disponible en http://www.turismo.gov.ar/esp/menu.htm Acceso en noviembre de 2011.

PRESIDENCIA DE LA NACIÓN, SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA. El enoturismo en Argentina es un concepto de viaje. In: http://www.365buenosaires.com/el-enoturismo-en-la-argentina-es-un-concepto-de-viaje_nota1443.html. Acceso 11 de enero de 2012.

PRESENZA, A.; MINGUZZI, A.; PETRILLO, C. Managing wine tourism in Italy. *Journal of Tourism Consumptium and Practice*, v.2, n.1, p.46-61. 2010.

REMUS FÁVERO, I.; ROTTA ANTUNES, J. Enoturismo en la región uva y vino – Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, v.16, n.2, p.133-149. 2007.

RICHARD-JORBA, R; PÉREZ ROMAGOLI, E; BARRIO, P.; SANJURJO, I. (Eds.) La región vitivinícola argentina. Transformaciones del territorio, la economía y la sociedad 1870-1940, Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, 2006.

RODRÍGUEZ GARCÍA, J.; LÓPEZ-GUZMÁN, T.; CAÑIZAREZ RUIZ, S.; JIMÉNEZ GARCÍA, M. Turismo del vino en el marco de Jerez. Un análisis desde la perspectiva de la oferta. *Cuadernos de Turismo*, n.26, p.217-234. 2010.

ROLLAND, M.; CHRABOLOWSKY, E. Wines of Argentina. 2003.

SCHLÜTER, R. Turismo y patrimonio gastronómico. Una perspectiva. CIET, Buenos Aires. 2006.

TOMAZZONI, E.L. La fiesta de la uva en Caxias do Sul. Tradición vitivinícola y turismo en Brasil. In: GÁNDARA J. M.; SCHLÜTER, R. (Eds.). *Gastronomía y Turismo*, v.1: Una Introducción. CIET, Buenos Aires, p.175-182. 2003.

TONINI, H.; LAVANDOSKI, J. Enoturismo, territorio y periferia. Un estudio de caso en el Vale dos Vinhedos (RS, Brasil). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, v.19, n.3, p.346-358. 2010.

TRELOAR, P.; HALL, C.M.; MITCHELL, R. Wine tourism and the Generation Y market: any possibilities? CAUTHE Conference, Brisbane, Queensland.2004.

WIESENTHAL, MAURICIO. Gran diccionario del vino. Barcelona: Edhasa,2011.

ZAMORA, J.; BARRIL, M. E. Turismo y vino. Un estudio formativo sobre la evolución de las rutas del Vino en Chile. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, v.16, n.2, p.173-194. 2007.

CAPÍTULO 5

BOAS PRÁTICAS EM PARQUES PRIVADOS. O CASO DA RESERVA COSTEIRA VALDIVIANA (CHILE)

Héctor Caripan Sanzana
Alfredo Almonacid
Edgardo Oyarzun Mendez

Introdução

A literatura sobre áreas protegidas e a gestão de Áreas Privadas é sumamente ampla segundo Arensberg (2011). Esse autor menciona que organizações como a *Convención Internacional sobre Biodiversidad* (www.cbd.org) e seus diversos protocolos: a *Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza* (www.iucn.org), *The Nature Conservancy* (www.nature.org), *World Wildlife Fund* (www.worldwildlife.org), *Wildlife Conservation Society* (www.wcs.org) e o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (www.pnuma.org), são apenas alguns exemplos de organizações geradoras de literatura sobre o manejo de áreas protegidas e manuais de boas práticas ambientais e sociais nessas áreas.

Apesar de existir uma grande variedade de manuais de boas práticas para parques naturais, a maioria está enfocada em dois aspectos: as normas de conduta que devem seguir os visitantes, e o cuidado que os empresários turísticos devem ter no momento de planejar projetos turísticos nessas áreas protegidas. Apesar desses avanços, ainda são escassos os estudos e investigações que identifiquem, sistematizem e avaliem a adoção de *boas práticas* implementadas pelas administrações de parques e/ou reservas naturais, assim como o seu impacto nas comunidades locais que vivem em

zonas vizinhas, principalmente quando essas áreas se localizam em zonas relativamente próximas a centros urbanos e são utilizadas pelos habitantes para o abastecimento de recursos (lenha, pastos, frutos, madeira, etc.).

O anterior se soma ao fato de que, somente na última década, alguns estudos (COSTANZA *et al.* 1997; OYARZUN; NAHUELHUAL; NUÑEZ, 2004; MÄLLER, 1992; DONOSO; OTERO, 2005; BALVANERA; COTLER, 2007; NAHUELHUAL; NUÑEZ, 2010) começam a dar valor ecossistêmico à conservação de ecossistemas naturais (florestas, pântanos, zonas húmidas, fiordes, etc.). Essa constitui uma das razões pelas quais não existem modelos internacionais consensuais de gestão e desenvolvimento de áreas protegidas privadas, onde cada país vai desenvolvendo suas próprias metodologias, muitas das quais, na América Latina, se encontram em estado embrionário.

O que são os Parques privados ou Áreas Protegidas Privadas?

Embora não exista uma definição consensual e universalmente aceita, neste artigo as áreas protegidas privadas se entenderão como

Una Porción de tierra de cualquier tamaño, que está gestionada con el fin primordial de conservar la biodiversidad; está protegida con o sin reconocimiento formal del gobierno y es propiedad o está garantizada por individuos, comunidades, corporaciones u organizaciones no gubernamentales" (UICN, 2003).

É a partir dessa primeira aproximação que alguns países latinos, como por exemplo a Argentina, por meio de seus governos provinciais, começaram a introduzir definições de Áreas Protegidas Privadas a sua normativa: "[…] Áreas con elementos naturales similares a los de un Parque Provincial, las que mediante convenios especiales pasan a formar parte del Sistema Provincial de Áreas Protegidas […]" (Província de Salta. LEI Nº 7107. Art. 28).

No Chile, apesar de as Áreas Silvestres Protegidas de Propriedade Privada serem reconhecidas na Lei Base de Meio Ambiente (1994) no artigo n°35, a Lei não entrou em vigor, pois o regulamento que a definia e

integrava ao Sistema Nacional não foi aprovado legislativamente por vazios legais. O referido Sistema Nacional, neste momento, se encontra em processo de transformação e adaptação a um novo sistema normativo com a recente criação do Ministério do Meio Ambiente.

Na última década, o Chile viveu um *boom* no que se refere à criação de áreas protegidas privadas, contabilizando atualmente mais de 33 parques privados de conservação, os quais se encontram agrupados em agremiação, em uma organização chamada "Asi Conserva Chile. A.G". Essa entidade agrupa 36 sócios e 3 redes regionais, os quais em conjunto protegem mais de 600 mil hectares de iniciativas privadas de conservação distribuídas em distintas partes do país. Entre as iniciativas mais emblemáticas se destacam *karukinca* (200.000 ha), na ilha Tierra del Fuego, *Parque Tantauco* (118.000), na ilha de Chiloé, *Parque Pumalin* (295.000 ha), na província de Palena, e Parque Reserva Costeira Valdiviana (60.000 ha), na província de *Ranco*, sendo esta última a que se encontra mais próxima a um centro urbano de importância, como é a cidade de Valdivia (163.148 habitantes).

Quadro 1. Quadro comparativo entre área pública e área privada.

	N° unidades	Superfície protegida (hectares)	Relação % ao território nacional
Sistema Público*	99	14.549.020	19%
Sistema Privado**	33	600.000	0.78%
Total	132	15.149.020	19.78%

*Inclui monumento natural, parque nacional, reserva natural.

** São tomados, como dados de referência, os registros fornecidos pela associação gremial "Asi Conserva Chile" sem desconhecer que o número tanto de parques como de hectares de conservação privada é maior que os registrados por esta organização. Ver Roman e Nahuelhual, (2008).

Boas Práticas em Parques Privados

A conservação da biodiversidade em locais de grande atrativo turístico é um desafio que enfrentam os empresários do setor em todas as regiões do mundo e de maneira especial em ecossistemas frágeis e áreas de adjacência a zonas naturais protegidas.

A implementação de boas práticas de manejo ambiental e social permite proteger a integridade dos ecossistemas e das culturas locais; aumenta a viabilidade das empresas turísticas ao proporcionar estabilidade financeira, empregos de qualidade e ao fomentar o desenvolvimento local, pois, do mesmo modo, as comunidades locais podem desfrutar de ambientes saudáveis ao conservar os ecossistemas e os recursos naturais e culturais também para as futuras gerações (RAINFOREST ALLIANCE, 2005).

Diferentes estudos e pesquisas realizadas por ONGs meio ambientais concluem em geral que as boas práticas podem contribuir para:

- Proteger e melhorar o ambiente.
- Reduzir o consumo de recursos e insumos.
- Estabelecer boas relações sociais, ambientais e empresariais dentro da comunidade e com outras comunidades.
- Valorizar e resgatar as características culturais de uma comunidade.
- Conseguir que as empresas de um destino sejam mais competitivas pela sua qualidade de serviço e responsabilidade.
- Melhorar a imagem do destino e obter reconhecimento público no mercado local, nacional e internacional.
- Captar um mercado turístico de qualidade, com a mesma visão de sustentabilidade da operação turística.
- Melhorar a qualidade de vida dos funcionários das empresas e da comunidade local (ambiental, sociocultural e economicamente).
- Melhorar a administração da empresa e seus processos operativos.
- Conscientizar clientes, funcionários e fornecedores sobre a importância de ter uma visão de sustentabilidade.
- Viver e trabalhar em um ambiente mais saudável e prazeroso para todos.

Arensberg (2011) indica que, durante a última década, na América Latina, está ocorrendo um grande aumento na promoção de Áreas

Protegidas Privadas, o que poderia ser explicado principalmente por quatro elementos:

1. A importância de conservar sistemas de biodiversidade (espécies e ecossistemas) em zonas prioritárias distintas das governamentais.
2. O fato de os países latinos não disporem de recursos públicos suficientes para a conservação adequada.
3. A crescente demanda por parte da população local de conhecer *in situ* exemplos de conservação de ecossistemas.
4. A conservação de corredores biológicos.

Esses elementos possibilitaram que diversas ONGs apoiassem a execução de mais de 170 projetos de conservação voluntária na região, trazendo consigo um aumento significativo no percentual de terras e ecossistemas protegidos. Por exemplo, no Congresso Interamericano de Conservação em Terras Privadas[1], realizado no Rio de Janeiro em dezembro do ano 2008, participaram mais de 270 representantes de dezenove países, que trabalham em mais de 4.600 reservas, somando em seu conjunto em torno de 3,8 milhões de hectares privados protegidos.

Esse tipo de instância de intercâmbio de informação, somada aos numerosos informes dos projetos executados em torno a áreas protegidas privadas, tem permitido o desenvolvimento dos primeiros lineamentos genéricos de padrões e procedimentos internacionais para a conservação de terras privadas, bem como o fortalecimento de redes internacionais para a conservação em tais terras.

---

1 Este congresso se transformou em um dos principais foros de intercâmbio de informação e experiência da Aliança latino-americana de Redes de Conservação de Áreas Privadas. A entidade, que agrupa 17 associações nacionais de igual número de países latinos, mais uma associação regional, foi formada no ano de 2004, e o propósito central dessa rede voluntária é facilitar a cooperação, coordenação, análise e intercâmbio de conhecimentos, experiências e processos de conservação da natureza desenvolvidos por meio de iniciativas de conservação privada na América Latina. A Aliança conta com cinco linhas estratégicas, a partir das quais concentra seus esforços. Essas linhas são: Fortalecimento Organizacional, Comunicação, Financiamento, Posicionamento do tema de conservação privada, e Coordenação e Integração.

Tabela 1. Recomendações de *Boas Práticas* para a conservação de áreas protegidas privadas.

- A Conservação de Terras Privadas (CTP) deve se implementar em locais identificados como prioritários de conservação; para alcançá-lo é aconselhável priorizar os locais de conservação dentro da ecorregião de trabalho.
- A CPT requer uma compreensão clara, baseada no local, na tendência da terra e nos contextos legais, socioeconômicos, culturais e políticos, assim como uma presença substancial no local e um conhecimento de todos os atores chave.
- A CPT deve ser implementada de acordo com uma estratégia detalhada.
- A CPT não deve surgir somente do planejamento de maior escala que identifica os locais prioritários de conservação, mas sim de uma análise compreensiva do local.
- A CPT deve se basear em uma análise documentada sobre organizações aliadas que trabalham nesse sentido, buscando estabelecer alianças nas quais sejam especificados seus papéis e responsabilidades.
- A CPT deve buscar a conservação realizada com base em políticas e procedimentos apropriados, de acordo com práticas legais locais, incluindo mecanismos de cumprimento que garantam que as terras são usadas para o propósito de conservação que as partes definam.
- As atividades para a CPT devem ser realizadas quando existe a capacidade para o manejo e monitoramento do cumprimento em longo prazo em cada propriedade envolvida.
- A CPT deve considerar seu impacto (social, cultural e econômico) nas comunidades indígenas e locais, que habitam a propriedade que se quer conservar ou seus arredores.

Fonte: Arensberg (2011)

Sistema Chileno de Áreas Protegidas

O Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas do Estado (SNASPE) é um programa de cobertura nacional, executado e administrado pela Corporação Nacional Florestal (CONAF).

A Lei Nº 18.362 de 1984 regula as funções e objetivos da CONAF, não obstante, esse corpo legal não entrou em vigência, segundo nos indicam

Simonetti, Villarroel, Sepúlveda, Tacón, (2006), citados por Sierralta et. al (2011: 09). Segundo os autores, o referido corpo legal não entrou em vigor principalmente pelo fato de estar sujeito à existência de uma institucionalidade florestal, proposta nesse mesmo ano 1984, pela Lei 18.348, que ainda está pendente de aprovação pela câmara legislativa do país.

No Chile, as áreas protegidas terrestres continuam se sustentando legalmente na Lei de Florestas de 1931, na Convenção de Washington de 1967 (Decreto Supremo N°531 do Ministério de Relações Exteriores) e no Decreto Lei N°1.939 de 1977, sobre aquisição, administração e disposição de bens do Estado.

O SNASPE é responsável pelas áreas silvestres em ambientes naturais que contam com a proteção legal do Estado do Chile. Na atualidade, o sistema conta com 99 unidades, distribuídas em 34 Parques Nacionais, 49 Reservas Nacionais e 16 Monumentos Naturais, equivalentes a 14.125.271 hectares, o que corresponde a 19% do território nacional, tal como se pode constatar no seguinte quadro.

Quadro 2. Áreas Protegidas Sistema Público.

Categoria de Manejo	Número de unidades	Superfície protegida (hectares)	Relação percentual ao território nacional
Monumento Natural	16	26.525	
Parque Nacional	34	9.305.867	
Reserva Natural	49	5.216.628	
Total superfície protegida através do Sistema Nacional de Áreas Protegidas	99	14.549.020	19%

No ano de 2007, o Conselho Diretivo da Comissão Nacional de Meio Ambiente aprovou a Política Nacional de Áreas Protegidas (PNAP). Esse instrumento aponta a criação e a implementação de um Sistema Nacional de Áreas Protegidas que integre os âmbitos público, privado, terrestre e aquático, atualmente dispersos em diversas normativas e políticas setoriais. Atualmente, tramitam no congresso dois projetos de lei. O

primeiro está relacionado com a criação do Serviço Nacional Florestal, que substituirá a CONAF, como serviço público decentralizado, a cargo do fomento da atividade florestal e do cuidado dos recursos florestais. O segundo projeto de lei regula a criação do Serviço de Biodiversidade e Áreas Silvestres Protegidas (SBAP) e do Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas, cujo objetivo será o de integrar tanto as áreas silvestres protegidas do Estado, administradas pelo SBAP, como as áreas protegidas de propriedade privadas que aderirem ao sistema, ficando assim sujeitas a sua supervisão.

Outra instituição relacionada com as boas práticas ambientais no Chile é o recentemente criado Ministério do Meio Ambiente (2010), que possui, como um dos seus eixos de desenvolvimento, a Biodiversidade.

Áreas Protegidas Privadas

O Chile ainda não possui um regime jurídico orgânico, sistemático e moderno sobre Áreas Silvestres Protegidas (ASP), nem conta com uma normativa vigente sobre Áreas Protegidas Privadas (APP). A normativa que existe na matéria é dispersa e fragmentada, e integra um acúmulo de corpos legais e disposições isoladas (Soto, 2009).

Apesar do comentário anterior, pessoas particulares, ONGs, fundações e outras instituições privadas têm se dedicado na tarefa de proteção de áreas silvestres ao longo do país. Um dos primeiros estudos de sistematização de iniciativas privadas de conservação foi realizado pelo Centro de Pesquisa e Planejamento do Meio Ambiente (CIPMA), em 1998, registrando 99 iniciativas privadas orientadas a proteger, restaurar, manejar ou conservar espécies ou ecossistemas nativos, das quais 15 iniciativas correspondiam à Criação de Parques e Reservas Privadas. Um ano antes, portanto em 1997, o Comitê Nacional Pro Defesa da Fauna e Flora (CODEFF) havia impulsionado a formação de uma Rede de Áreas Protegidas Privadas (RAPP), sendo esta uma das primeiras associações desse tipo que existiram no país (CODEFF, 1999).

De acordo com as estimativas de Parques para o Chile, citadas por Roman e Nahuelhual (2008), estima-se que existem mais de 500 iniciativas privadas de proteção no país, as quais, em conjunto, somam uma superfície aproximada de 1.400.000 hectares, o que equivale, aproximadamente, a 11% das áreas incluídas no Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas do Estado.

Metodologia

Para o presente estudo, foi utilizada uma metodologia qualitativa do tipo descritiva, baseada em fontes secundárias, com as quais se busca abordar a seguinte questão:

Quais Boas Práticas estão aplicando a Reserva Costeira Valdiviana para ser considerada um ícone nacional em conservação de áreas protegidas privadas?

Foi estabelecido um plano de pesquisa sequencial, no qual, por meio da recopilação de antecedentes bibliográficos (leituras de relatórios de consultorias, oficinas, projetos, vídeos, planos estratégicos, estatísticas de visitas), conversas com o administrador do parque, assistentes técnicos e algumas visitas ao parque, foi possível:

1) Recopilar a história do setor.
2) Conhecer a evolução cronológica das terras que formam o parque.
3) Compreender a estrutura de gestão do parque.
4) Identificar as ações desenvolvidas para minimizar a pressão antrópica negativa dos habitantes das comunidades vizinhas ao parque.
5) Elaborar um informe final.

Caso: Parque Reserva Costeira Valdiviana

O Parque Reserva Costeira Valdiviana é uma Área Protegida Privada, localizada a 40 km ao sudoeste da cidade de Valdivia, possui uma

superfície de 60.000 hectares de floresta temperada chuvosa mais conhecida como floresta valdiviana (*Valdivian Temperate Rainforest*), seus limites naturais são: a norte e a noroeste, o rio Chahuin, ao sul, o rio Bueno, e a oeste, o oceano pacífico.

Durante o último período de glaciação, a cordilheira costeira, na qual se encontra inserido o parque, serviu como refúgio contra o gelo para múltiplas espécies que não se encontram em nenhuma outra parte da Terra (SMITH, 2002).

Entre essas espécies únicas, se encontram duas das árvores mais longevas do planeta: o *olivillo* (*Aextoxicon punctatum*), que vive até 400 anos e se encontra em grandes grupos nas encostas ocidentais da cordilheira, e o *alerce* (*Fitzroya cupressoides*), parecido às enormes *secuoyas* da América do Norte, que podem viver até 4.000 anos.

Essas florestas também abrigam valiosa fauna endêmica, entre outros, os maiores pássaros *carpinteros* do mundo (*Campephilus magellanicus)*, o menor cervo do mundo (*Pudu pudu)* e um pequeno marsupial que vive nas árvores (*Dromiciops gliroides*), considerado pelos cientistas um "fóssil vivo", além de anfíbios, como a *ranita de Darwin* (*Rhinoderma darwini e,* a *ranita arbórea* (*Hylorina sylvatica*) e vários carnívoros pouco comuns, como o *huillín* (*Lontra provocax*) ou a *nutria de río* (*Lontra felina)* ou a *güiña* (*Oncifelis guigna*).

A conservação dessas florestas únicas é importante não só pelas plantas e pelos animais que habitam a área, mas também para as comunidades vizinhas e para o mundo inteiro, principalmente pela influência na mudança climática, pois são capazes de absorver e armazenar grandes quantidades de dióxido de carbono durante longos períodos de tempo.

A FAO estimou que, do total da capacidade de carbono nas biomassas das florestas, a América do Sul armazena mais de 90 gigatoneladas de carbono das 282 gigatoneladas existentes no mundo, razão pela qual diversas organizações mundiais consideraram a floresta valdiviana como um dos locais de maior importância para a conservação da biodiversidade em nível mundial.

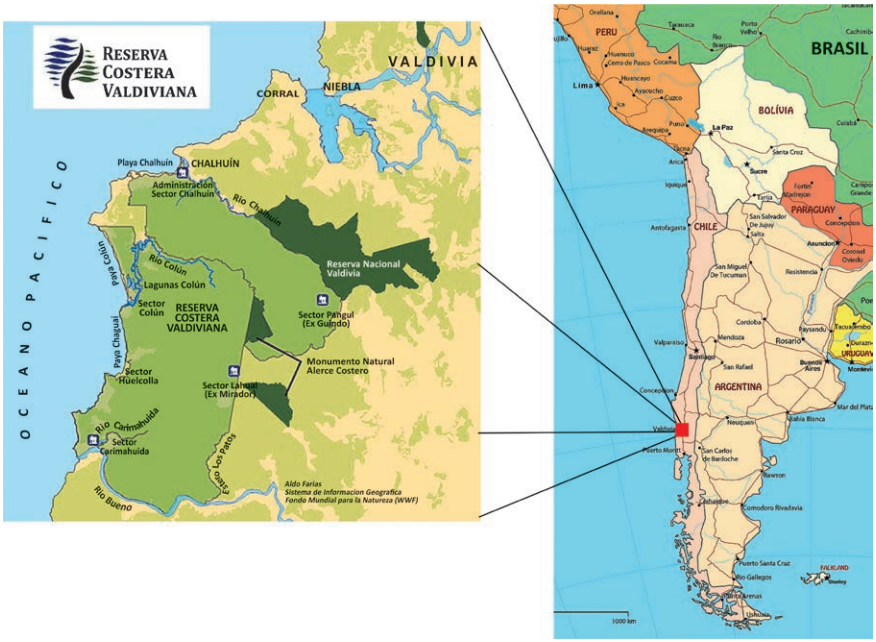
De fato, trata-se de uma das 238 ecorregiões incorporadas na iniciativa Global 200 da *World Wildlife Fund* (WWF). Por sua vez, a *Birdlife Internacional* (EBA) a classificou como um local de grande importância pelo número de aves endémicas que abriga, enquanto a *World Resources Institute* (WRI) apontou as florestas valdivianas como um dos maiores e mais ecologicamente intactos remanescentes florestais. Igualmente, a *Conservación Internacional* (CI) identificou essa região como parte dos 25 locais de maior valor para conservar a biodiversidade no nível mundial (WWF et al,. 1999).

Segundo aponta Donoso e Otero (2005), o Chile possuía uma das maiores contradições do setor florestal na década de 70 a 80, porque, enquanto as exportações florestais aumentavam notavelmente, em decorrência das plantações de pinus e eucaliptos, as populações vizinhas a essas plantações não melhoravam seu nível de vida. Sofriam problemas de migrações, crescimento explosivo de comunidades bem estabelecidas e desemprego, resultado da substituição da floresta nativa pelas plantações de pinus e eucalipto, fato que não apresentou grandes variações na última década, de acordo com Altamirano e Lara (2010).

No ano 2003, a ONG Internacional *The Nature Conservation* (TNC), com o apoio do Fundo Mundial para a Natureza (WWF) e do Fundo de Conservação Mundial de Conservação Internacional, adquiriu 60.000 hectares de florestas temperadas chuvosas ricas em biodiversidade na Cordilheira Costeira Valdiviana, de uma empresa florestal falida, a qual estava substituindo a mata nativa por plantações de eucaliptos para posterior exploração.

Hoje, a TNC e a WWF administram o local da Reserva Costeira Valdiviana e trabalham em estreita relação com as comunidades indígenas e os povoados vizinhos de pescadores (*Cadillal Alto, Cadillal Bajo, Chaihuín, Chaihuín Sur, Pan de Azúcar, Vuelta La Zorra e Caleta Chaihuín*), com a finalidade de manter os usos tradicionais do solo e estimular o desenvolvimento econômico local como parte da estratégia de conservação global da reserva.

Figura n° 1. Mapa de localização da Reserva Costeira Valdiviana.



Fonte mapa: Reserva Costeira Valdiviana

Análise

Diversos informes técnicos[2] (Codeff, 1998; WWF Chile, 2003; DGA 2010) indicam que a substituição da floresta nativa valdiviana por plantações de eucaliptos, nas propriedades Chaihuín-Venecia (antigas propriedades do atual parque), constitui um caso emblemático no processo de destruição e eliminação a que têm sido submetidas as florestas nativas no Chile.

2 – CODEFF (1998) Substituição da Floresta Nativa no Chile. Santiago de Chile.
– WWF Chile (2003) "Caracterización preliminar de los predios Chaihuín-Venecia, cordillera de la costa Décima Región"
– Direção Geral de Águas (2010) Informe Técnico N° 1: Reserva do Rio Chaihuín para a Conservação Ambiental e o Desenvolvimento Local da Bacia, Ministério de Obras Públicas. Governo do Chile

O desmatamento que ocorreu nas propriedades Chaihuín-Venecia repercutiu na economia local das comunidades vizinhas devido principalmente aos processos de erosão gerados nas encostas do rio Chaihuín. Esse fato alterou o caudal do rio, desencadeando uma redução significativa das taxas de extração e cultivos de *Mytilidos*, principal atividade econômica da comunidade local, o que contribuiu para uma maior pressão antrópica sobre a floresta.

Zonas de usos do parque Reserva Costeira Valdiviana

O objetivo de todo zoneamento, entendido como um processo dinâmico, adaptativo e interativo, é a organização e o desenvolvimento de um território em função do uso que se queira dar a ele. Portanto, o zoneamento é uma ferramenta chave no manejo de áreas para a conservação da biodiversidade, já que permite um uso racional dos recursos e assegura a manutenção dos serviços ecológicos.

O zoneamento da Reserva Costeira Valdiviana está baseado em critérios biológicos, ecológicos, humanos e administrativos, utilizando para isso as variáveis de: Sistemas naturais singulares (lagoas costeiras, floresta de *olivillo*, floresta de *alerce*, dunas, praias, costa rochosa), sistemas hídricos principais (com uma zona de amortecimento de 50m desde a borda), uso atual do solo, florestas núcleos, grau da inclinação, nível de fragmentação gerado por caminhos, setores de interesse cultural e arqueológico, setores submetidos a plantações de espécies introduzidas e espécies em risco presentes na Reserva (*Lontra felina* e *Lontra provocax).*

Dessa maneira, o parque conta com um sistema de zoneamento composto por seis zonas e três subzonas, correspondendo a:

1. *Zona Intangível*: Corresponde a setores com baixíssimo ou nenhum grau de alteração, que incluem ambientes frágeis, únicos ou representativos da biodiversidade regional. O objetivo dessa zona é manter a pureza do ambiente natural sem uso público, a fim de que a evolução dos processos biológicos e físicos se mantenha sem alteração humana.

2. *Zona primitiva*: É uma zona de pouca alteração humana e se caracteriza por conter elementos naturais, representativos da área, que possuem uma resistência relativa, o que permite um uso público moderado, excluindo a criação de caminhos, o uso de veículos motorizados e /ou cavalos.
3. *Zona de Uso Extensivo*: Essa zona permite o acesso de visitantes de forma controlada. Corresponde a setores com ecossistemas representativos da área que foram objeto de intervenções, mas que mantêm um alto valor para a educação ambiental e para a pesquisa científica. Todas as atividades de educação ambiental, pesquisa e monitoramento são organizadas de tal forma que seja causado o mínimo impacto ambiental. Nessas zonas, o uso público é mais amplo e é utilizado para concentrar os visitantes que praticam um turismo convencional e mais massivo.
4. *Zona de Uso Intensivo*: É uma zona destinada a concentrar o uso público dentro da área. Geralmente são utilizados terrenos com certo grau de alteração, que ainda possuem recursos atrativos para os visitantes e podem ser utilizados para a educação ambiental. Essa zona é resistente ao uso público, o que permite realizar construções como moradias, centros de educação ambiental e instalações sanitárias.
5. *Zona de Proteção Arqueológica e Cultural*: Corresponde a uma zona de grande importância cultural e arqueológica, representa uma grande relevância no contexto arqueológico regional e constitui um espaço privilegiado para compreender a adaptação humana aos ambientes costeiros meridionais, sua evolução e relações com outras populações em diferentes zonas biogeográficas. Mantém uma alta densidade de sítios e achados arqueológicos (ADA et al. 2005), e destina-se a conservar o patrimônio arqueológico local.
6. *Zona de Recuperação*: É uma zona transitória, utilizada naqueles setores onde a flora e/ou fauna da área tenham sido alteradas, seja por eventos naturais seja por impactos negativos antrópicos. Essa zona está composta por três subzonas, as quais se diferenciam pelo tipo de uso do solo. Nela, é permitido o uso público somente com

fins de pesquisa, educação ambiental e ecoturismo. A intensidade do uso dependerá da subzona.

6.1. Subzona de Recuperação Natural: Corresponde a setores que foram submetidos a intervenções antigas e que atualmente se encontram em um processo de regeneração natural, não necessitando, portanto, de um alto grau de apoio artificial. São setores que foram devastados e não foram plantados com espécies introduzidas (pinus ou eucalipto).

6.2. Subzona de Recuperação Assistida: Corresponde a setores altamente degradados pela permissão de antigos caminhos florestais e pela criação de estradas que impactaram de maneira direta na cobertura vegetal. Essa zona apresenta setores de eliminação total da mata nativa e um alto grau de compactação do solo, o que dificulta a regeneração natural. São setores que possuem grandes voçorocas, deslizamentos do solo e locais profundamente erodidos pela alta densidade de caminhos florestais. Igualmente na zona existem locais que foram submetidos ao super pastoreio e que atualmente estão sob uma intensa pastagem de bovinos.

6.3 Subzona de Manejo de Plantações: Corresponde a setores que foram plantados com eucaliptos, mantendo plantações em diversas etapas de crescimento a serem colhidas de acordo com um plano de extração estabelecido. Essa zona se converterá gradualmente em zona de recuperação assistida.

Plano de Conservação da Reserva Costeira Valdiviana

Para alcançar o objetivo de proteção e conservação da floresta valdiviana que se encontra dentro dos limites do parque e suas áreas de amortecimento, foi desenvolvido um Plano de Conservação da Área (PCA) sob os delineamentos de uma metodologia criada e desenvolvida pela *The Nature Conservation* e seus sócios, a fim de identificar prioridades de conservação em áreas de importância para a biodiversidade. Uma vez definidas as zonas,

foram executados os diferentes programas de boas práticas sociais e ambientais em conjunto com as comunidades vizinhas.

As ações podem ser classificadas em três tipos:

1. *Ações Internas*: ações que visam internalizar boas práticas ambientais dentro da organização.
2. *Ações Externas para as comunidades vizinhas*: ações que buscam internalizar nas comunidades vizinhas (*Huiro, Chaihuin, Huape, Los Liles, Cadillal Alto, Cadillal Bajo, Palo Muerto*) boas práticas ambientais e sociais.
3. *Ações Externas aos visitantes atuais e potenciais*: ações que buscam conscientizar os turistas e excursionistas que visitam ou visitarão tanto o parque como as comunidades vizinhas, sobre os benefícios das boas práticas ambientais e sociais e seu impacto no desenvolvimento comunitário do destino.

Esse planejamento e zoneamento permitiram à administração do parque executar uma série de ações de Boas Práticas Ambientais e Sociais focalizadas nas comunidades que vivem em torno ao parque, de maneira a reconverter o enfoque produtivo que se tem da floresta.

Quadro 2. Boas Práticas realizadas e/ou impulsionadas pela Reserva Costeira Valdiviana nas localidades de seu raio de influência

Localidade	Organização	**Ação ou Tipo de apoio**	**Ano**
Los Liles	Cooperativa Campesina *Los Liles*	Seguimento e acompanhamento de projeto com Fundos do Concurso conjunto entre PNUD-PPS, WWF e TNC.	2006-2008
Huape	Associação dos Moradores	Seguimento e acompanhamento de projeto com Fundos do Concurso conjunto entre PNUD-PPS, WWF e TNC.	2006-2008
		Apoio técnico e logístico para o desenvolvimento do projeto de "*Manejo de residuos domiciliarios*" financiado pelo Fundo de Proteção Ambiental (FPA) da Comissão Nacional de Meio Ambiente (CONAMA).	2009

Localidade	Organização	**Ação ou Tipo de apoio**	**Ano**
Huape	Agrupação Campesina AGRU-CAMP	Seguimento e acompanhamento de projeto com Fundos do Concurso conjunto entre PNUD-PPS, WWF e TNC, no qual a Agrupação Campesina foi o organismo associado da Associação de Moradores de *Huape,* que foi o organismo executor.	2006-2008
	Centro de Pais e responsáveis	Seguimento e acompanhamento de projeto com Fundos do Concurso conjunto entre PNUD-PPS, WWF e TNC, no qual a Agrupação Campesina foi o organismo associado da Associação de Moradores de *Huape,* que foi o organismo executor.	2006-2008
		Execução de Oficinas de educação Ambiental a crianças da Escola	2009-2010
		Fornecimento de lenha para o aquecimento das salas de aula	2008-2010
	Agrupação *Lafken Mapu*	Vinculação com o Programa Chilemprende e apoio técnico na elaboração da proposta de solicitação de recursos para construção e implementação de seu projeto de restaurante "Pesca Sur"	2007-2008
Chaihuín	Associação dos Moradores	Apoio técnico na elaboração, apresentação e execução de projeto de Manejo de resíduos domiciliares ao FPA-CONAMA. Projeto implementado em três Localidades: *Huape, Chaihuín* e *Huiro*.	2009
		Aporte de prêmios para eventos de arrecadação de recursos	2005-2010
		Entrega de concessão gratuita da zona de Piquenique localizada no setor *Playa Chaihuín,* de propriedade da Reserva Costeira Valdiviana.	2006-2007
	Sindicato dos Pescadores	Seguimento e acompanhamento de projeto com Fundos do Concurso conjunto entre PNUD-PPS, WWF e TNC.	2006-2008
		Vinculação com o Programa Chilemprende e apoio técnico na elaboração da proposta de solicitação de recursos para construção e implementação de serviços sanitários para sua área de camping.	2007-2008

Localidade	Organização	**Ação ou Tipo de apoio**	**Ano**
Chaihuín		Aporte de madeira para melhoras em seu estaleiro	2008-2009
		Apoio financeiro para o processo de regularização da *Caleta* (Enseada*) de Chaihuín*.	Em processo desde 2010
		Convênio de Cooperação entre Sindicato de Pescadores de *Chaihuín*, *Ong. Conservación Marina* e RCV, com o objetivo de implementar uma experiência de proteção e uso sustentável dos recursos marinhos costeiros na Área de Manejo de Recursos Bentônicos, *Chaihuín* Setor C.	Em processo desde 2011
	Centro de Pais e Responsáveis	Execução de Oficinas de educação Ambiental a crianças da Escola	2009-2010
		Fornecimento de lenha para o aquecimento das salas de aula	2008-2010
		Aporte de prêmios para eventos de arrecadação de recursos	2005-2011
	Agrupação turística e produtiva "Fondo Marino"	Solicitação de serviços de coqueteleira e gastronômicos para eventos e atividades de importância da *The Nature Conservation* na Reserva Costeira Valdiviana	2005-2011
	Agrupação de mulheres produtoras de hortaliças	Aporte de prêmios para eventos de arrecadação de recursos	2005-2011
	Comunidade Indígena "We Llanca Milla"	Aporte de prêmios para eventos de arrecadação de recursos	2010-2011
		Aporte de madeira para reformas e construção de seu local de comercialização de comida típica.	2009-2010
		Entrega de concessão gratuita da zona de Piquenique localizada no setor *Playa Chaihuín,* de propriedade da RCV	2012
	Comitê Água Potável Rural de *Chaihuín*	Seguimento e acompanhamento de projeto com Fundos do Concurso conjunto entre PNUD-PPS, WWF e TNC.	2009-2011
		Convênio de doação dos direitos de água e terreno necessário para o abastecimento de água potável para a Localidade de *Chaihuín*.	Em processo desde 2009
	Agrupação Idosos	Aporte de prêmios para eventos de arrecadação de recursos	2006-2010

Localidade	Organização	**Ação ou Tipo de apoio**	**Ano**
Chaihuín	Agrupação Produtiva PRODESAL	Aporte de madeira para reformas e construção de estufas de sócios	2008-2010
		Convênio para a construção de local de venda de produtos hortícolas produzidos pelos sócios, na zona de Piquenique *Playa Chaihuín*.	2010
		Entrega de concessão gratuita da zona de Piquenique localizada no setor *Playa Chaihuín* de propriedade da RCV	2010-2011
	Comitê de Defesa de Rio *Chaihuín*	Aporte de madeiras para a construção da defesa do rio	
	Agrupação Artesãos *Alerce* Costeiro	Apoio técnico para a constituição legal do grupo	2009
		Incorporação dos sócios em projeto elaborado e executado pelo Programa de Desenvolvimento Comunitário da Reserva Costeira Valdiviana; e financiado pelo Fundo de Desenvolvimento das Artes (FONDART), que tem por objetivo realizar um cadastro dos artesãos do território de influência da Reserva Costeira Valdiviana.	2009-2010
		Entrega de concessão gratuita da zona de Piquenique localizada no setor *Playa Chaihuín* de propriedade da Reserva Costeira Valdiviana	2008-2009
	Agrupação Guias Comunitários	Convênio de colaboração que envolve apoio na proteção e vigilância do patrimônio da Reserva Costeira Valdiviana, por parte dos Guias, e facilitação de oficina, equipes (computadores, radiocomunicação), capacitação direta e indireta, gestão de recursos e exclusividade de guiamento para a trilha "Los Alerces", por parte da Reserva Costeira Valdiviana.	2009 em diante
		Apoio técnico para a constituição legal do grupo	2010

Localidade	Organização	**Ação ou Tipo de apoio**	**Ano**
Cadillal	Comitê *Adelanto Cadillal Bajo*	Apoio na gestão para convocar a autoridades e solicitar a regularização de terras dos que vivem deste setor, em particular das famílias que limitam com o novo *Parque Nacional Alerce Costero*. (Em conjunto com a ONG *Conservación Marina*).	2009-2011
	Comitê *Adelanto Cadillal Alto*	Convênio de comunicação radial para suprir o isolamento desta Comunidade	Desde 2008
		Apoio na gestão para convocar a autoridades e solicitar área de amortecimento entre a Comunidade *de Cadillal* Alto e o novo *Parque Nacional Alerce Costero*. (Em conjunto com ONG *Conservación Marina*)	2009-2011
	Comitê de Turismo Rural CADITUR	Apoio na difusão e coordenação de visitantes	Desde 2008
Huiro	Associação de Moradores	Apoio técnico e logístico no desenvolvimento de projeto de "*manejo de residuos domiciliarios*" financiado pelo FPA CONAMA. O rol dessa Associação de Moradores é de organismo associado da Associação de Moradores de *Chaihuín*, a Organização executora.	2009
		Aporte de cascalho para o reparo de acessos da vizinhança	2005-2011
		Aporte de prêmios para eventos de arrecadação de recursos	2005-2010
	Sindicato de Pescadores	Apoio financeiro para o processo de regularização da *Caleta* (Enseada) *de Huiro*, que seria administrada em conjunto com a Associação Indígena de pescadores de *Huiro*.	Em processo desde 2010
	Associação Indígena de Pescadores	Seguimento e acompanhamento de projeto com Fundos do Concurso conjunto entre PNUD-PPS, WWF e TNC, a ser implementado no setor *Colún*.	2009-2011
		Convênio de colaboração para desenvolver sustentavelmente o setor *Colún*	Em processo desde 2009

Localidade	Organização	**Ação ou Tipo de apoio**	**Ano**
Huiro		Apoio financeiro para o processo de regularização da *Caleta* (Enseada) *de Huiro*, que seria administrada em conjunto com o Sindicato de Pescadores de *Huiro*.	Em processo desde 2010
	Comunidade Indígena *Antillanca*	Doação de dois lotes de terreno em beneficio da Comunidade; um com o objetivo de implementar um cemitério na localidade e outro para dar solução de habitabilidade para a Família *Nauco Atero*.	Em processo desde 2004
	Centro de Pais Escola e responsáveis	Execução de Oficinas de educação Ambiental para as crianças da Escola	2006-2011
		Fornecimento de lenha para o aquecimento das salas de aula	2007-2011
		Fornecimento de prêmios para eventos de arrecadação de recursos	2006-2010
	Agrup. Artesãs *Kutralhue*	Seguimento e acompanhamento de projeto com Fundos do Concurso conjunto entre PNUD-PPS, WWF e TNC.	2006-2008
		Vinculação com o Programa Chilemprende e apoio técnico na elaboração da proposta de solicitação de recursos para construção e implementação de seu projeto de gastronomia local.	2007-2008
Outras Organizações	Sindicato de Pescadores *Caleta* (Enseada) *Piojo de Niebla*	Apoio financeiro para o processo de regularização da *Caleta* (Enseada) *de Lamehuape*, que seria administrada em conjunto com a Cooperativa de Pescadores de *Osorno*.	Em processo desde 2010
	Cooperativa de Pescadores de *Osorno* COOPEMAR	Apoio financeiro para o processo de regularização da *Caleta* (Enseada) *de Lamehuape*, que seria administrada em conjunto com o Sindicato de Pescadores da *Caleta* (Enseada) *"el Piojo" de Niebla*.	Em processo desde 2010

Fonte: Elaboração própria, com base em informações proporcionadas pelo parque Reserva Costeira Valdiviana

Essas diferentes ações permitiram a execução de diversas atividades: formativas, de investimento, de conscientização, tanto nas distintas localidades como no interior no parque.

Tais atividades permitiram, por um lado, cumprir o objetivo de conservação da floresta, planejado pela Reserva Costeira Valdiviana, e, por outro lado, conseguir instaurar um processo social de uso sustentável da floresta e de seus recursos nas comunidades vizinhas.

Turismo e Reserva Costeira Valdiviana
Atividades turísticas viáveis de realizar no parque e seus arredores

Desde a criação do parque, as comunidades vizinhas se organizaram e começaram a desenvolver o turismo comunitário, tanto no interior como nos arredores do parque, sob a ajuda e supervisão dos seus técnicos. As atividades relacionadas com a natureza, com a cultura local e com os processos produtivos tradicionais são os que mais são explorados turisticamente.

Exemplos de atividades ofertadas nas distintas localidades:

- *Trekking* ao *Relicto de Alerce*
- Cavalgadas por trilhas habilitadas
- Passeios em barco na foz do rio *Chaihuin*
- Visita as *Loberías de Huiro*
- Visita a comunidades indígenas do setor
- Compra de produtos artesanais locais
- Consumo de gastronomia local, com base em mariscos e peixes, em restaurante associativo

Cabe destacar – como um fato inédito – que todas as cobranças associadas à contratação de serviços turísticos desenvolvidos no interior do parque são realizadas pelas organizações comunitárias vizinhas à área de conservação e beneficiam exclusivamente as próprias organizações locais.

Conclusões

Até o momento, o parque obteve numerosos êxitos no que se refere a *habilitação, cuidado e manutenção dos 60.000 hectares da reserva,* cuja mata nativa esteve a ponto de ser destruída e substituída por plantações de eucaliptos. Conforme menciona em sua página web (www.reservacosteravaldiviana.cl), hoje em dia o parque se converteu em:

- Uma área de conservação de florestas nativas e espécies únicas. Além de descartar completamente a substituição da mata nativa por plantações de eucaliptos em toda a área, a TNC aumentou significativamente a superfície protegida de florestas temperadas costeiras, um tipo de floresta cuja distribuição está muito reduzida e que sofre pela pouca proteção dentro do sistema nacional de áreas protegidas do Chile (SNASPE).
- Um agente catalizador de proteção da floresta temperada chuvosa, onde, dos 500.000 mil hectares de mata nativa remanescentes na Cordillera Costeira Valdiviana, menos de 2,4% estavam sob proteção, e graças à criação da Reserva Costeira Valdiviana esta cifra aumentou significativamente para ***12% do total deste tipo de floresta***.
- Gerador de emprego direto proveniente das mesmas comunidades vizinhas como, por exemplo: ***os guardas florestais dedicados à conservação da área e ao ensino público e uma brigada de prevenção e combate de incêndios florestais*** tanto para a reserva como para as comunidades vizinhas.
- Um lugar atrativo tanto para os integrantes das comunidades vizinhas à reserva como para os turistas que a visitam, com ***uma importante infraestrutura para facilitar o acesso público e turístico,*** o que inclui sinalização informativa, zonas de piquenique e áreas de estacionamento.
- Um Aliado estratégico para ***o desenvolvimento sustentável das comunidades vizinhas***. Por meio da aliança com TNC, PNUD, e WWF, foi criado um fundo de US$ 300.000 para apoiar projetos que cor-

respondem à produção sustentável de produtos da floresta e natureza, à incorporação de valor agregado e à melhora das cadeias de comercialização de produtos locais.

- Um fórum **de aprendizagem ambiental para as comunidades locais**, com programas de educação ambiental para os jovens das escolas de *Hueicolla, Huiro, Chaihuin* e *Huape*; programas de intercâmbio para os adultos para aprender mais sobre o desenvolvimento sustentável; extensionistas comunitários, para apoiar o desenvolvimento das comunidades locais. A Reserva Costeira Valdiviana serve como sala de aula aberta.
- Um **centro de investigações científicas no local,** aberto à comunidade científica e investigadora, preocupada com a conservação da floresta valdiviana e com o desenvolvimento comunitário.
- A conservação de nossas florestas é uma tarefa com a qual todos devemos contribuir com nosso grão de areia. O envolvimento da comunidade que vive na zona de amortecimento do parque constitui uma ação estratégica de grande importância, tal como estão demonstrando as atividades de envolvimento das comunidades vizinhas do parque Reserva Costeira Valdiviana.
- O zoneamento do parque tem permitido uma otimização de recursos, tanto financeiros como humanos, assim como a compatibilização dos diferentes usos, sejam eles conservacionistas, de uso turístico, de extração de produtos não madeireiros, mistos etc.
- O parque, no decorrer desses anos, tem sido um excelente laboratório social e ambiental, que vem permitindo reforçar, empiricamente, que a conservação das florestas no país está implicitamente unida ao desenvolvimento comunitário dos habitantes que estão em seu raio de influência, tendência que deveria ser imitada por outras instituições e organizações conservacionistas, públicas ou privadas, no nível nacional.
- A experiência desenvolvida pela Reserva Costeira Valdiviana, da mesma forma que outras experiências desenvolvidas em outras

iniciativas privadas, está permitindo a geração de redes privadas que encontraram na agremiação uma alternativa de associativismo, cooperação e intercâmbio de experiências. Essa agremiação permite, por meio da realização de reuniões periódicas, eventos e congressos, compartilhar experiências que contribuem para o enriquecimento do acervo de boas práticas, tanto para a conservação como para a compatibilidade entre diferentes áreas produtivas que surgem a partir da floresta.

- Outro elemento a destacar é que toda capacitação voltada às comunidades vizinhas a parques e reservas deve ser complementada com instrumentos e oportunidades para colocar em prática essa teoria, considerando as dinâmicas sociais locais, e não ser simples capacitações, que contribuem somente para as estatísticas setoriais.
- É importante que, no transcurso do tempo, ocorra a sistematização dessa experiência como um processo de aprendizagem que deveria ser difundido tanto para a comunidade científica como para as partes encarregadas de gerar as políticas públicas. Tal sistematização é imprescindível para que haja um melhor foco e otimização dos recursos destinados à conservação das florestas e para o desenvolvimento comunitário, sendo o turismo uma das atividades catalizadoras desse tipo de desenvolvimento.
- Já que permitem o investimento privado dentro das áreas dos parques, os governos nacionais poderão reconverter seu déficit orçamentário sempre que esses investimentos contem com normativas e marcos regulatórios bem definidos.
- Será interessante, em um futuro próximo, desenvolver novas investigações sobre as implementações de Boas Práticas em parques privados, para ver como evolui o tema e poder cruzar variáveis entre distintas tipologias de parques, segmentos de usuários, tipo de propriedade de parque etc.

Referências bibliográficas

ADAN A, LEONOR; MERA M, RODRIGO; BAHAMONDES M, FRANCISCO *et al*. Historia cultural de la cuenca del río Valdivia: proposiciones a partir del estudio de sitios alfareros prehispánicos e históricos. *Rev. austral cienc. soc.* [online]., n.12 [citado 17 Março 2012], p.5-30, 2007. Disponível em World Wide Web: http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-17952007000100001&lng=es&nrm=iso . ISSN 0718-1795

ALTAMIRANO, ADISON; LARA, ANTONIO. Deforestación en ecosistemas templados de la precordillera andina del centro-sur de Chile. *Bosque (Valdivia*), Valdivia, v.31, n.1.2010. Disponível em http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-92002010000100007&lng=es&nrm=iso. Acesso em 21 mar. 2012. doi: 10.4067/S0717-92002010000100007.

ARENSBERG, WALTER. Consultoría de "Análisis estratégico de la experiencia internacional de gestión y financiamiento de sistemas de áreas protegidas". 2011. ISBN: 978-956-7469-34-5, dentro del marco del proyecto Creación de un Sistema Nacional de Áreas Protegidas en Chile, financiado por el Fondo para el Medio Ambiente (GEF) a través del Programa para el Medio Ambiente de la Naciones Unidas (PNMA) y ejecutado por el Ministerio de Medioambiente de Chile. http://www.proyectogefareasprotegidas.cl

BALVANERA Y H. COTLER (2007) Acercamientos al estudio de los servicios ecosistémicos. *Gaceta ecológica número especial*, v.84-85, p.8-15, 2007. Instituto Nacional de Ecología, México.

CODEFF. Sustitución del bosque Nativo en Chile. Santiago de Chile,1998.

Corporación para la Defensa de la Flora y Fauna (1999). *Las áreas silvestres protegidas privadas en chile.* Una herramienta para la conservación. http://asiconserva-chile.org/fileadmin/templates/data_users/Publicaciones/APs_Voluntarias/Guia_de_Instrumentos_Jur%C3%ADdicos.pdf. Acesso em: 20 fev.2012.

COSTANZA, R.; D'ARGE, R.; DE GROOT, R.; FARBER, S.; GRASSO, M.; HANNON, B.; LIMBURG, K.; NAEEM, S.; O'NEILL, R.V.; PARUELO, J.; RASKIN, R.G.; SUTTON, P. The value of the world's ecosystem services and natural capital. *Nature*, n.387, p. 53-60, 1997.

DONOSO, PABLO; OTERO, LUIS.(2005) Hacia una definición de país forestal: ¿Dónde se sitúa Chile?. *Bosque (Valdivia)* [online]., v.26, n.3, p.5-18. Disponível em: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-92002005000

300002&lng=es&nrm=iso ISSN 0717-9200. doi: 10.4067/S0717-92002005000 300002.

DIRECCIÓN GENERAL DE AGUA. Informe Técnico N° 1: Reserva del Río Chaihuín para la Conservación Ambiental y el Desarrollo Local de La Cuenca, Ministerio de Obras Publicas. Gobierno de Chile. 2010.

FUNDACIÓN PARA LA ALIMENTACIÓN Y LA AGRICULTURA- FAO. Estudio Montes 147. Evaluación de los Recursos Forestales Mundiales 2005, *Hacia la ordenación forestal Sostenible.* 2006. ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/009/A0400s/a0400s.pdf. consultado el 01/03/2012.

NAHUELHUAL, LAURA; NUÑEZ, DAISY. (2010) Beneficios económicos de la recreación en áreas protegidas públicas del sur de Chile. *Estud. perspect. tur.* [online]. v.19, n.5, p. 703-721, 2010. Disponível em: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322010000500007&lng=es&nrm=iso. ISSN 1851-1732.

OYARZÚN, CARLOS; NAHUELHUAL, LAURA; NÚÑEZ. Los servicios ecosistémicos del bosque templado lluvioso: producción de agua y su valoración económica. *Revista Ambiente y Desarrollo,* v.20, n.3; v.21, n.1. 2004-2005.

MÄLLER, K.G. *(1992)* The production function approach in developing countries. In: VINCENT, J.; CRAWFORD, E.; HOEHN, J. (Eds.) Valuing environmental benefits in developing economies. *Seminar proceedings*, Michigan State University Graduate specialization in Resource Economics, East Lansing, Michigan, U.S.A

RAINFOREST ALLIANCE et.al.. Guía de Buenas Prácticas para Turismo Sostenible en Bosques Tropicales. Empresas de Alojamiento. [199?] Disponível em: http://www.rainforestalliance.org/sites/default/files/sitedocuments/tourism/documents/bosques_tropicales_esp.pdf. Acesso em: 14 mar.2012.

ROMAN, BRENDA; NAHUELHUAL, LAURA. Áreas Protegidas Públicas y Privadas en el sur de Chile: Caracterización del perfil de sus visitantes. *Estud. perspect. tur.* [online]. v.18, n.4, p. 490-507. 2009. Disponível em: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322009000400008&lng=es&nrm=iso. ISSN 1851-1732.

Sierralta L., Serrano, R.; Rovira, J.; Cortés, C. (Eds.) *Las áreas protegidas de Chile*. Ministerio del Medio Ambiente, 2011. 35p.

SOTO, LORENZO O. *Áreas Protegidas Privadas*: Marco legal para el Parque Pumalín (Chile). 2009. Disponível em: http://cmsdata.iucn.org/downloads/pumalin_es.pdf. Acesso em: 17 mar.2012.

WILD WORLD FUNDATION et al.. *A Biodiversity Vision for the Valdivian Temperate*. Rain Forest Ecoregion of Chile and Argentina. Documento Nº 1. Serie de Publicaciones. 1999.

WWF Chile. *Programa Ecorregión Valdiviana*. Disponível em: http://awsassets.panda.org/downloads/resumen_vision_biodiversidad.pdf. Acesso em: 17 mar. 2012.

WWF Chile. *Caracterización preliminar de los predios Chaihuín-Venecia, cordillera de la costa Décima Región*. Serie de Publicaciones Programa Ecoregión Valdiviana , Documento Nº 6. Valdivia. Chile.

UICN (2005). Beneficios más allá de las fronteras. CONGRESO MUNDIAL DE PARQUES DE LA UICN, 5, *Actas*... UICN, Gland, Suiza, y Cambridge, Reino Unido. ISBN: 2-8317-0837-0. http://app.iucn.org/dbtw-wpd/edocs/2005-007-Es.pdf

CAPÍTULO 6

O TURISMO CULTURAL EM VILLAVICENCIO, COLÔMBIA

María Cristina Otero Gómez
Wilson Giraldo Pérez

Introdução

Este capítulo abordará o turismo a partir de uma visão inclusiva e de valorização intrínseca do turismo cultural. Para isso, tratará de algumas manifestações tradicionais que garantem a preservação da identidade de um povo.

A Colômbia está alinhada à dinâmica econômica internacional, ao menos no que diz respeito ao turismo, à indústria de viagens e ao petróleo. Prova disso são as palavras do Ministro de Comércio, Indústria e Turismo, proferidas durante o ano de 2012, quando disse que "somando bens e serviços, o turismo constitui-se [...] como o terceiro setor gerador de divisas para a Colômbia, depois do petróleo e do carvão e à frente de produtos tradicionais, como o café, as flores e a banana" (MINCOMERCIO, 2012a). No que diz respeito ao turismo, o país tem como principais destinos Bogotá, Cartagena, Medellín, Cali e a Ilha de San Andrés, que são muito lembrados tanto por turistas nacionais como estrangeiros. Desses últimos, 65% chegam ao país motivados por viagens de férias, recreação e ócio, e o percentual restante se distribui em negócios, educação e saúde (MINCOMÉRCIO, 2012b).

Quanto ao petróleo, esse mineral converteu-se no principal produto da balança comercial do país, com uma taxa de crescimento de 43% ao ano e uma cifra sem precedentes, que durante o ano de 2011 chegou a US$ 56,954 milhões (DANE, 2012). Durante o ano de 2011, a Colômbia foi o terceiro país do mundo com maior crescimento em exportações de bens, o

que permitiu que se inserisse no terceiro lugar em crescimento econômico, graças às exportações de hidrocarbonetos (MINCOMERCIO, 2012c).

Ainda que a região à qual se refira o conteúdo deste capítulo não esteja relacionada nos destinos de renome internacional, contribui em grande proporção com as exportações de petróleo do país. Para além e acima da riqueza do seu solo, conta com elementos valiosos, representados em diversas expressões. Trata-se do folclore *llanero*, considerado patrimônio cultural da Colômbia e da Venezuela, ao qual se atribui o mérito de eliminar as fronteiras territoriais, principalmente em relação à música, dança e instrumentos.

Essa condição permite a mobilidade dos habitantes de ambos os países, favorecendo o desenvolvimento do turismo cultural. Para a Organização Mundial do Turismo (OMT), essa modalidade é definida como o "movimento de pessoas devido essencialmente a motivos culturais, como viagens a festivais e outros eventos culturais, visitas a lugares e monumentos, viagens para estudo da natureza, arte ou folclore e peregrinações" (PEDERSEN, 2005).

Na imensidão da savana colombiana-venezuelana, a música *llanera* é ouvida, compartilhada e igualmente valorizada. É uma evidência do fortalecimento dos laços de irmandade. Esses laços superam as diferenças políticas, sociais e econômicas entre os habitantes dos dois países, principalmente naquelas regiões onde o Rio Orinoco exerce uma grande influência.

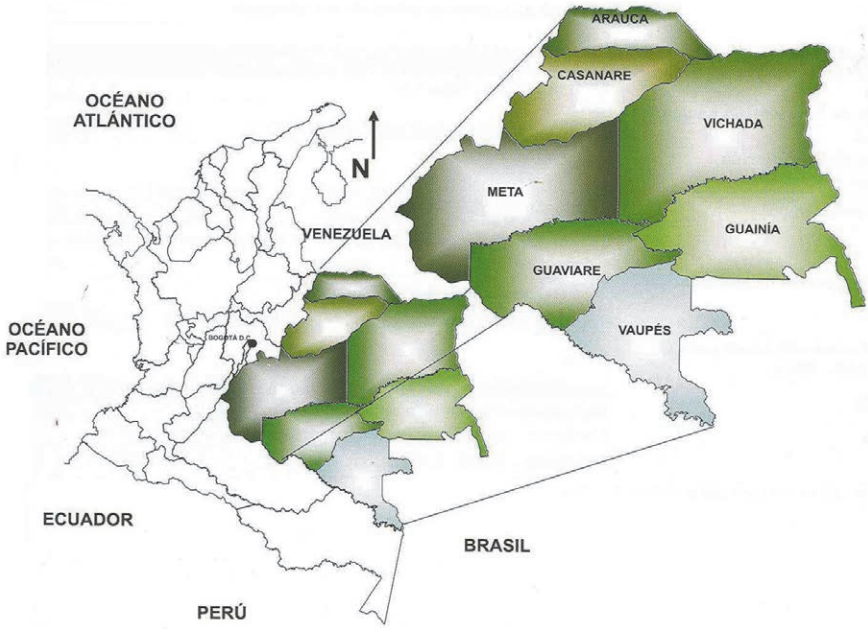
Nesse cenário, a história e a geografia ganham importância. A Colômbia está distribuída administrativamente em 32 departamentos e, segundo dados do Banco Mundial, a população chegou em 2012 a 46,9 milhões de habitantes. Por outro lado, analisando a estrutura cultural do país e apesar de compartilharem a mesma nacionalidade, tem-se que o povo *llanero* e os outros habitantes da Colômbia apresentam cada vez menos afinidades. Em alguns casos, existe uma afinidade até maior entre os *llaneros* e os habitantes de alguns estados da Venezuela e da região de Orinoquia.

Apresentação da região

O termo Orinoquia, na Colômbia, tem dois significados. Por um lado, refere-se à área hidrográfica que compreende todos os afluentes do

rio Orinoco. Por outro, firma-se uma região natural que envolve as terras planas, comumente chamadas de Llanos Orientais, e que compreende as regiões de Meta, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Vaupés e Vichada (CORPES ORINOQUIA, 2004).

A Orinoquia Colombiana



Fonte: http://www.asorinoquia.org/publicacionesN7.html

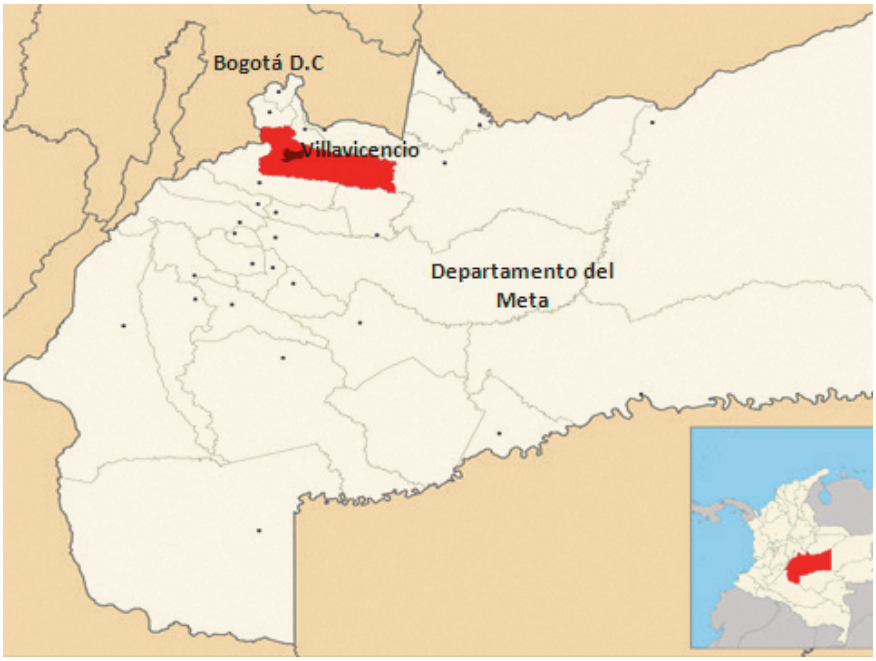
Na Orinoquia Colombiana habitam três tipos diferentes de povos: o indígena, o *llanero* e o colono. O primeiro é originário da região e, na época da conquista espanhola, era possível identificar diversos grupos pertencentes à cultura Arawak, que se adaptaram ao clima da selva tropical úmida. O segundo é o pecuarista mestiço, resultado da mistura entre brancos, indígenas e negros. E em terceiro lugar está o colono (ou mestiço) de outras regiões, originário principalmente das zonas andinas.

Geograficamente, a Orinoquia é uma extensa região localizada a leste da Colômbia, que se estende desde os contrafortes da cordilheira oriental e a fronteira com a Venezuela. Esse espaço apresenta seis ecossistemas: o

Piedemonte, a Orinoquia inundável, a Orinoquia não inundável, o Caminho Orinoquês, a Serrania da Macarena e a Floresta de Transição.

Na Colômbia, a Cordilheira dos Andes se ramifica em três cordilheiras: a Ocidental, a Central e a Oriental. A região do Piedemonte, entre a elevação da Cordilheira Oriental, constitui uma falha de terreno pendente cuja altura sobre o nível do mar oscila entre duzentos e mil metros. Produto de depósitos recentes, o Piedemonte acumula os melhores solos, por ser menos propenso a inundações e favorecido pelos ventos da cordilheira. Historicamente, serviu de assento a numerosas tribos e para as primeiras povoações de origem hispânica. Hoje é o setor mais habitado e explorado. Villavicencio, Yopal, Tame, Saravena, Villanueva, Agrazul e Granada são os melhores exemplos de urbanização acelerada. No Piedemonte estão localizados, além disso, os maiores depósitos petrolíferos da Colômbia (CORPES, 2004).

Localização de Villavicencio, na Colômbia



Fonte: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Colombia_-_Meta_-_Villavicencio.svg.

Villavicencio é o espaço geográfico escolhido para descrever o objeto de estudo do turismo cultural. Considere-se que a região está demarcada e profundamente caracterizada pela cultura *llanera*. É a capital do departamento de Meta e conhecida como "a porta do *llano*", localizada a aproximadamente 90 km de Bogotá. A estrada que une essas duas cidades parte da Amazônia Colombiana e permite a entrada à região de Orinoquia, quando utilizada para transporte de veículos, mercadorias e pessoas provenientes das regiões de Meta, Casanare, Vichada e Guaviare, assim como pelos municípios cundinamarqueses de Medina e Paratebueno (CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO, 2008).

Os *Llanos* Orientais abarcam uma área de aproximadamente 150.000 km^2, em território colombiano, que continua na Venezuela, margeando o Rio Orinoco. O eixo principal dos *llanos* colombianos é o rio Meta, que atravessa a região desde a cordilheira oriental dos Andes até sua desembocadura no rio Orinoco, em direção à fronteira com a Venezuela. Daí a importância da capital da província de Meta, pois permite a conexão entre os dois países.

A prioridade da economia

O desenvolvimento econômico da região de Meta durante décadas girou em torno da agricultura e da criação de gado. Recentemente, houve modificações da estrutura do PIB, resultado da descoberta de poços de petróleo e do cultivo da palma de azeite. No ano de 2011, a participação no Produto Interno Bruto registrou as seguintes cifras: 59,1% do PIB advindo da exploração de minas e pedreiras, 10,5% de outros setores, 6,9% de atividades de serviços sociais, 6,9% da agricultura, criação de gado, caça, silvicultura e pesca, 5,1% da construção, 4,6% de estabelecimentos financeiros, seguros e outros, 2,6% da indústria manufatureira, 1,2% de hotéis, restaurantes, bares e similares e 3,1% do comércio. O PIB *per capita* durante o mesmo ano na região de Meta foi de US$ 20.233, perante o PIB nacional de $ 7.240 (MINCOMERCIO, 2012d).

Meta, como região, converteu-se no maior produtor de petróleo na Colômbia, apresentando uma evolução crescente. No ano de 2007, a produção diária chegou a 119.414 barris e, em 2011, subiu para 432.818 barris/dia. Esse comportamento faz que a capital se converta em um lugar onde se instalam as empresas nacionais e multinacionais para coordenar e dirigir operações associadas à exploração e à extração do hidrocarboneto. Isso permite sua colocação como o primeiro produtor do país, deixando Casanare em segundo lugar, sendo ambas as regiões pertencentes à Orinoquia.

A história

A região de Orinoquia foi habitada por diferentes assentamentos humanos. No período pré-hispânico, destacou-se a importância da cultura Guayupe. Posteriormente, a partir da conquista, desde 1531, aconteceram várias expedições europeias que, motivadas pela lenda do *Dorado Guajibo*, entraram estrada adentro para encontrar um grande tesouro. Muitas dessas entradas terminaram em fracasso, incluindo a realizada em 1569 por Gonzalo Jiménez de Quesada (PABÓN, 2001).

Mais adiante, durante o colonialismo, o cenário econômico e social foi influenciado pelo componente religioso. As comunidades dominicana e franciscana foram as primeiras a realizar ações de evangelização na região, em fins de 1600 (HOLTON, 1981). Posteriormente, os padres jesuítas atribuíram importância à criação de gado. Posicionaram-se estrategicamente na Hacienda de Apiay, passagem obrigatória para encurtar a distância entre o oriente e a capital do Novo Reino. Ali se criou o monopólio regional do comércio caseiro de carne, peles e cevas, até que, em 1767, os religiosos foram expulsos das colônias espanholas e portuguesas da América.

O primeiro quarto do século XIX abrigou um cenário em que se realizaram enfrentamentos pela busca da independência da região de Nova Granada, dominada pelos espanhóis. Esse foi um episódio que merece destaque em razão do espírito aguerrido do homem *llanero*. A maioria dos soldados que acompanharam Simón Bolívar, no chamado Paso de los Andes, eram procedentes dos *llanos* da Colômbia e Venezuela. Esse capítulo

constituiu um movimento militar estratégico durante a Campanha Libertadora, que levou ao encerramento do domínio espanhol, em 1819.

O período pós-guerra trouxe a interrupção no crescimento econômico regional, acompanhado de grandes problemas de ordem social.

Em que pese o decréscimo do comércio de gado entre os campos orientais e Santa Fé de Bogotá, surge um assentamento humano que se instala ao pé da cordilheira oriental e sobre a rota em direção à capital do país (PABÓN, 2001). Trata-se de Gramalote, que possivelmente iniciou sua vida política em 1836 (BAQUERO, 1987).

Esse casario, que tinha ao seu redor um território fértil, gerou uma onda migratória no setor oriental da região de Cundinamarca. Dessa forma, por volta de 1846, havia cerca de três dezenas de famílias estabelecidas na aldeia (DIERES, 1942). Em 21 de outubro de 1850, o casario se emancipa e passa a chamar-se Villavicencio, em moção aprovada pela Câmara Provincial de Bogotá, em homenagem a Antonio Villacencio y Verástegui, personagem importante da Independência da Colômbia (ALCADÍA DE VILLAVICENCIO, 2012).

Desse modo, Villavicencio consolidou-se como um lugar de passagem obrigatória para os comerciantes e pecuaristas que transportavam suas mercadorias entre os povoados andinos dos altiplanos orientais e os povoados da região do *Llano*. Essas práticas mantiveram-se vigentes até a atualidade.

No ano de 1904, sob a liderança do padre Maurice Montplaisir, estabeleceu-se a comunidade Montfortiana, que se encarregou de orientar o desenvolvimento social, cultural e econômico de Villavicencio. Como resultado desses esforços, em 1909 a cidade foi declarada capital da Intendência do Meta.

A visão geral do turismo na região geográfica

O departamento do Meta conta com diversos atrativos turísticos. Destacam-se os elementos naturais como as paisagens adornadas com

espécies de flora e fauna únicas na Colômbia. Há também os amanheceres de verão, nos quais a geografia própria da região, caracterizada por extensas planícies, permite observar de qualquer ponto os primeiros raios de sol. A alvorada vem sempre acompanhada de cânticos e alvoroço de aves, convertendo a região em um lugar privilegiado para ornitólogos.

Contudo, as principais expressões de turismo na região são o baile do joropo, a música *llanera*, o *coleo*[1] e a carne à *llanera*, ou *mamona*, como prato tradicional. Por ser um destino que atrai visitantes com diferentes preferências, há opções para todos, sendo possível seguir qualquer das três rotas turísticas.

A primeira delas é a Rota do Amanhecer *Llanero*, ideal para os que gostam do contato com a natureza. A segunda é a Rota do Piemonte *Llanero*, onde está o Bioparque Los Ocarros, um jardim que representa o ecossistema da Orinoquia. No decorrer dessa rota existem diferentes povoações, que permitem ao visitante desenvolver o turismo religioso, visitar as águas termais de "águas quentes", conhecer um bom exemplo de agroturismo na granja "La Cosmopolitana" e realizar diversas atividades. Por fim, há a Rota do Feitiço *Llanero*. Nela, há balneários de águas naturais, piscinas e o rio Humadea. Nesse roteiro, é frequente observar buritis, garças e plantações de palmeiras africanas, destacando-se os municípios de Acacías e de San Martín de los Llanos.

Este último município tem um valor histórico muito importante, por tratar-se da cidade mais antiga da região, fundada em 1555. Ali, no ano de 1735, o padre Gabino Gamboa criou o torneio equestre denominado "As Quadrilhas de San Martín", que simbolizam as batalhas entre espanhóis e árabes, assim como a conquista de indígenas e a escravidão dos negros na América. Esse evento acontece no mês de novembro e é um orgulho dos metenses, de tal forma que, em 2002, foi declarado patrimônio cultural nacional pela Lei 760 de 25 de julho (ALCADÍA DE SAN MARTÍN, 2012).

---

1 O *coleo* é um esporte *llanero*, que consiste no desafio de laçar animais, em geral, touros.

Qualquer das três rotas que se tome está cheia de componentes naturais e culturais que enriquecem o destino. Todas elas partem de Villavicencio e cruzam o departamento de Meta, assegurando ao visitante o contato com o folclore *llanero*.

O Torneio Internacional do Joropo

Em Villavicencio, é tradição a realização anual de um evento que acolhe centenas de turistas nacionais e internacionais. Trata-se da comemoração do Torneio Internacional do Joropo, considerada na Colômbia a festa cultural mais importante dos Llanos Orientais. É celebrada no final do mês de junho e o principal requisito para participar é o gosto pelas manifestações tradicionais.

É um lugar onde há todo tipo de pessoas, sem distinção de classe social ou origem, por tratar-se de um espetáculo aberto a todo tipo de público, e no qual a participação dos locais é fator chave para a durabilidade do evento. Além de lhes trazer um benefício de natureza econômica, aumenta o nível de sensibilização e valorização da própria cultura. Tal como expressa Boucher, essa participação lhes permite, além de melhorar eventualmente seus níveis de receitas, ser coautores do desenho da imagem e do desenvolvimento que desejam para o seu próprio território.

A história

Embora os jesuitas tenham sido expulsos dessas terras, deixaram um legado que posteriormente viria a forjar a identidade da cultura *llanera*. Segundo Pabón (2007), junto aos gados bovino e equino, os clérigos andaluzes também trouxeram a harpa e os cantos religiosos com tonalidades do canto fundo, da mesma forma como se vê no cancioneiro próprio dessa região hispânica.

Dessa herança se exalta o Joropo, que é a máxima representação da festa dos llaneros e que compreende três formas: música, canto e dança. Segundo Martín (1979), etimologicamente a palavra provém do árabe

xarop, que significa xarope e que guarda parentesco com a palavra *soropo*, nome atribuído à morada do *llanero* marginal. O Joropo tem suas origens na Espanha, nação que, por oito séculos, contou com a presença dos morros em seu território. Daí a herança de certos elementos árabes em algumas das modalidades do canto que o *llanero* entona e a coincidência das canções do folclore regionais presentes em língua sefardita. A dança deixa entrever a influência do Velho Mundo no valseado, passo que deriva da valsa europeia, assim como nos sapateados masculinos associados ao flamenco hispânico (PABÓN, 2007).

O mestiço *llanero* aprendeu a conhecer a música pelas mãos dos sacerdotes jesuítas, mas uma vez efetivada sua expulsão, adaptaram os instrumentos que haviam herdado. Na atualidade, os instrumentos tradicionais para a interpretação do Joropo são a harpa, o quatro venezuelano, a bandola e as maracas ou capachos.

O Torneio Internacional do Joropo, considerado pelo Ministério da Cultura como uma das festas mais importantes do país, teve sua primeira versão no ano de 1965 (GOVERNACIÓN DEL META, 2008) e, até hoje, já houve 44 edições do evento.

Desde essa época, reúnem-se os mais destacados intérpretes e compositores da música *llanera* da Colômbia e Venezuela. Isso permite exaltar e compartilhar as manifestações folclóricas que giram em torno da cultura *llanera*. Da mesma forma, reforçaram-se os laços de irmandade, dando continuidade ao legado deixado na Colômbia até o ano de 1925 por um harpista venezuelano chamado Arturo Lamuño. Esse homem dedicou sua vida ao ensino da harpa.

Ainda que exista um cordão cultural que una os *llanos* colombianos e venezuelanos, o intérprete Darío Robayo, em seu ensaio "A harpa na história", comenta que "a harpa foi utilizada em todo o território hispano-americano, principalmente nos séculos XVII e XVIII, como instrumento para solos e harmonia, tanto na música religiosa como na profana". Isso explica a vinculação de expoentes de outros países latino-americanos, que participam de todos os eventos do Torneio Internacional de Joropo, conforme se pode aferir na Tabela 1.

No marco do Torneio, desenvolvem-se atividades como competição de laço de toros, trabalho vaqueiro, festival gastronômico, mostras de artesanado e exposição fotográfica em galerias e nas ruas da cidade. Mas, sem sombra de dúvidas, uma representação cultural que chama a atenção é o *Joropódromo*, local em que a dança, junto com os coloridos trajes das bailarinas, converte-se em um grande espetáculo.

No ano de 2001, as autoridades municipais e departamentais quiseram popularizar o tradicional baile *llanero*, com uma exposição aberta ao público, ao ar livre.

A partir dessa época e nas últimas 12 versões, há um desfile a céu aberto que evoca o mundialmente reconhecido Sambódromo do Rio de Janeiro e que, para efeitos de contextualização, denomina-se Joropódromo. Entende-se o Joropódromo como "o baile do *llanero*, acessível à massa, em uma parada de rua que mostra a força, a agilidade, a destreza, a harmonia e a elegância na sua execução" (INSTITUTO DEPARTAMENTAL DE CULTURA DEL META, 2010).

Sobre a descrição do baile, Miguel Ángel Martín, intérprete do folclore *llanero*, afirma o seguinte:

> "O baile dos *llaneros* é formado por casais independentes que não se separam, a não ser em dois casos: ao bailar a vaca ou Torito e ao bailar o Araguato. Com a vaca se faz o arremedo do toro, quando a mulher investe sobre seu par. No Araguato, os bailarinos encostam-se as costas, imitando os movimentos feitos pelos macacos araguatos" (MARTÍN, 1979).

O homem marca firmemente o compasso com seus sapatos *llaneros*, chamados *cotizas*, enquanto a mulher o acompanha. A cotiza é o calçado tradicional elaborado a partir da pele do gado.

Uma vez descrito o baile, passa-se à explicação do desfile. Nele, dá-se lugar aos casais de bailarinos, que apresentam múltiplas coreografias com o fim de participar das diferentes modalidades, as quais estão relacionadas na Tabela 2.

Como se pode ver, trata-se de um evento marcado pela inclusão, pois não existem barreiras. Além disso, envolvem-se as universidades e o setor empresarial.

Esse desfile, que começou timidamente em 2001, com 20 casais de Villavicencio e uma modesta premiação que somava US$ 1.100, teve uma evolução que orgulha a cultura *llanera*. A sexta versão, que aconteceu no ano de 2006, teve uma conotação muito significativa, marcada por alguns fatos.

O primeiro deles foi a criação do prêmio especial para o grupo com maior quantidade de integrantes. Esse incentivo trouxe consigo uma participação massiva, evidenciando o pico mais alto da história, cujo saldo final alcançou 2.356 casais e um total de 5.363 participantes. O segundo fato é, sem dúvida, marcado pela transcendência social. Trata-se da inclusão de uma categoria correspondente a pessoas com deficiência. Nessa versão do joropódromo, apresentaram-se 22 casais de baile, entre os quais havia pessoas com limitações visuais, auditivas e com deficiência cognitiva. Atualmente, mantém-se essa categoria, que rouba aplausos do público. Esses bailarinos vivem e desfrutam da festa, reafirmando o sentido de pertencimento à sua terra e evidenciando o desenvolvimento da participação social.

Assim como aumenta o número de participantes, o mesmo acontece com o valor econômico dos prêmios que, em 2010, por exemplo, chegou a US$ 54.000, distribuídos nas diversas categorias.

Como explicado inicialmente, o Joropo inclui a música, o canto e a dança, mas na Colômbia é comum que nos festivais se celebre sempre uma atividade que exalte a beleza feminina. Por isso, no ano de 1962, na primeira versão do Festival da Canção Colombiana, evento antecessor do Torneio Internacional do Joropo, elegeu-se pela primeira vez a rainha do Festival, concurso que teve cobertura nacional até o ano de 1993. A partir do ano de 1994, o certame passou a ter alcance internacional e o critério mais importante da seleção passou a ser a destreza no baile do Joropo. Desse modo, nas 19 versões, as coroas foram distribuídas da seguinte forma: 75% para o país anfitrião, a Colômbia, 21% para a Venezuela e 5% para a Alemanha.

Os indicadores citados refletem a forma pela qual o turismo cultural se converte em um fator integrador de nações. Dessa forma, um só evento

transcendeu não somente fronteiras locais, mas também regionais e nacionais. Prova disso é que, em diferentes versões do evento, estiveram presentes delegações de países como Argentina, Brasil, México, Chile, Costa Rica, Equador, Albânia, Peru e Uruguai, entre outros. Vale a pena mencionar que existem outros elementos com certa afinidade, que facilitam essa união, por exemplo, danças como o Malambo argentino ou o Jarabe Tapatío mexicano, para mencionar algumas.

Outro elemento representativo da cultura llanera é a gastronomia, com seu expoente máximo na "*mamona*" ou "carne à *llanera*". Esse prato tem suas origens quando os primeiros vaqueiros começaram a conduzir o gado pelas vastas planícies e, para saciar seu apetite, selecionavam animais menores, que ainda estavam mamando, daí o nome *mamona*. Para fazer o prato, assavam pedaços de carne em troncos da árvore de *yopo*.

Também associado ao trabalho com o gado está o esporte dos *llaneros*, o *coleo*, que nasceu da prática de marcar bezerros. Uma dupla de vaqueiros se forma: um segura o rabo (*cola*) do animal e o derruba, daí o verbo *colear* (MARTÍN, 1979). Na prática do esporte, são inseparáveis o cavaleiro, o cavalo e o touro.

Esse trabalho realizado pelos *llaneros* estendeu-se aos *Llanos* da Colômbia e da Venezuela. Mais tarde, foi levado às ruas dos povoados, durante as festas dedicadas aos patronos das localidades (MARTÍN, 1979).

Atualmente, a atividade é parte do circuito cultural que se desenvolve nas festas tradicionais de diferentes municípios da Orinoquia Colombiana e, junto com a vaquejada, o esporte ocupa lugar de destaque na programação do Torneio Internacional do Joropo, evento de grande importância para a região. Por um lado, movimenta a economia através da promoção do turismo, por outro, preserva o patrimônio cultural dos llaneros.

Nesse contexto, os governos departamental e municipal, bem como o setor privado, tomaram ações para fomentar o produto turístico. Prova disso é a construção, no ano de 2003, do estádio do *coleo* Benedicto Cely, localizado no parque Las Malocas. Trata-se de um espaço que serve de epicentro para reunir exposições dessa prática originárias de vários países,

como México, Estados Unidos, Argentina, Costa Rica, Brasil, Argentina, Uruguai, Paraguai, entre outros.

O *coleo* atingiu um destaque surpreendente, de forma que passou a ser uma atividade *llanera* que se converteu oficialmente no esporte dos *llaneros*. Por conta disso, o Instituto Colombiano de Esportes promoveu o reconhecimento do esporte, pela Resolução No. 001306 de 28 de Dezembro de 2010 (FEDECOLEO, 2012). Essa designação se deu como resposta ao surgimento de aproximadamente 200 clubes e ao nascimento de ligas de *coleo*. Nessas competições, participam homens e mulheres, jovens e adultos, disputando em diferentes categorias.

É importante esclarecer que o Torneio Internacional do Joropo é um evento organizado desde o princípio pelo Governo Departamental, por meio de diferentes instituições. Por outro lado, ainda que no contexto desse evento aconteçam mostras de *coleo*, o maior evento específico acontece no mês de outubro e é organizada por um empresário. Em função disso e com objetivo de promover a cidade por meio da cultura *llanera*, a Prefeitura Municipal realiza, desde o ano 2012, o Festival Llanero de Villavicencio, com a presença de quatro países convidados – Estados Unidos, Costa Rica, Venezuela e Brasil.

Como se pode perceber, parte das tradições *llaneras* tem um forte vínculo com a lida com o gado. Contudo, o folclore *llanero* tem outras manifestações, como os mitos, as lendas, a medicina popular do llano, as composições musicais e a arquitetura, entre outras.

Relações do turismo com o contexto local

O turismo cultural em Villavicencio é reflexo de um esforço e uma aposta que o governo local tem feito, durante vários anos. A cidade se converteu em um destino turístico emergente, o que ajudou a manter a afluência de turistas nos últimos três anos. Prova disso é que continuam visitando a cidade, em que pesem as situações conjunturais que têm sido adversas, como a construção de uma nova pista dupla que liga Bogotá aos Llanos Orientais.

Uma comparação entre o primeiro semestre de 2012 e o período similar do ano anterior, mostra que houve redução de visitantes. Os registros de passageiros que saíram do terminal de transporte terrestre de Villacencio, em direção a diferentes localidades das regiões de Meta, Cundinamarca, Casanare, Guaviare e Vichada, revelaram uma leve queda de um ano para outro, de 2,6%, com relação ao número de passageiros observado no mesmo período do ano anterior.

Segundo relatório do Banco de la República, esse comportamento, que significou uma quebra na tendência que se observava nos três anos anteriores, se deu em boa medida por conta do menor número de pessoas que transitou pelo trecho em direção à capital da república, resultante dos contratempos associados às obras de infraestrutura que estão em execução. Essa circunstância contrastou com o interesse turístico que já há algum tempo a região desperta, bem como com a normalidade derivada das boas condições climáticas, que pouco interferiram na movimentação (BANREP, 2012).

É importante lembrar que as duas cidades estão separadas por 90 km, mas para cruzá-los é necessário atravessar a cordilheira oriental e baixar de 2.600 para 478 metros de altitude. Antes do início da construção da ampliação da nova via de pista dupla, o tempo médio de travessia chegava a duas horas. Atualmente, para realizar o mesmo trajeto, são necessárias aproximadamente quatro horas.

Estima-se que a via seja concluída até o ano de 2017, contando com 19 túneis, 19 pontes, 10,7 km de estradas novas a céu aberto e o melhoramento de 15 viadutos, permitindo que o tempo de deslocamento chegue a 75 minutos (EL ESPECTADOR, 2012). Essa nova infraestrutura será benéfica para o turismo, pois tornará a viagem uma experiência mais prazerosa.

O turismo como gerador de emprego

A infraestrutura descrita permite o desenvolvimento da atividade turística. Isso contribui para o melhoramento dos indicadores econômicos e sociais. Entre os efeitos que o turismo pode gerar, está o aumento

sustentado do número de pessoas empregadas na atividade do comércio, restaurantes e hotéis, que passou de 62.000 para 71.000 pessoas. Isso, em termos percentuais, significa um crescimento de 14,5% durante o último quinquênio, tal como mostram os dados da Tabela 3.

A Tabela 3 destaca que as atividades de comércio, restaurantes e hotéis são as que mais absorvem pessoas no mercado de trabalho, chegando a ocupar, em 2011, o equivalente a 37,4% da população economicamente ativa. É possível perceber a importância do turismo e do comércio a ele associado, quando se compara com a população absorvida pela indústria manufatureira, que registrou um índice de emprego de 10%, no mesmo ano.

Motivações do turista para deslocar-se até Villavicencio

Na Colômbia, segundo dados do Ministério de Comércio, Indústria e Turismo, os movimentos de turistas nacionais são motivados principalmente pelo lazer. Ao analisar a evolução apresentada no período entre 2009 e 2011, o lazer aumentou de 35% para 46,57%. Isso faz que se converta na principal motivação de viagem, seguido dos negócios, que passou de 42,26% para 42,37% durante o mesmo período. A participação dos negócios se deve ao fato de nem todas as regiões da Colômbia apresentarem o mesmo nível de desenvolvimento e por isso ser necessário deslocar-se, a fim de suprir as necessidades de intercâmbio comercial; já o lazer comporta-se de uma forma diferente.

Dentro de uma visão de sustentabilidade, entende-se por recursos comunitários de lazer os serviços e equipamentos públicos à disposição do cidadão e destinados ao lazer cultural, desportivo ou lúdico, em sentido amplo (TOSELLI, 2003). Nesses termos, Villavicencio tem uma dinâmica própria, em que a maior parte dos turistas viajam motivados pelo lazer, de tal forma que o ano de 2010 chegou a concentrar 59% do total de consumidores turistas (Tabela 4).

Ao realizar a comparação entre o consolidado nacional e o que ocorre em Villavicencio, observa-se que, durante o ano de 2010, os turistas

nacionais que viajam a lazer representaram 47,7%, enquanto Villavicencio superou essa marca, alcançando uma cifra de 59% de turistas em viagens de lazer.

Analisando especificamente o caso de lazer em Villavicencio, a Universidad Santo Tomás realizou um estudo para identificar quais são as atividades de turismo cultural com maior predileção, para serem realizadas na cidade. Esse estudo foi realizado no mês de outubro de 2012, durante o Encontro Mundial de Coleo. Aplicaram-se 385 questionários em uma mostra aleatória, com um coeficiente de Cronbach de 0,76. Em resumo, tem-se que 40% dos entrevistados se sentem atraídos por todas as manifestações culturais, o que significa que todas os agradam. Por outro lado, a música e o baile são as atividades mais buscadas, com 13% de indicação, enquanto a gastronomia responde por 12% e os esportes locais repondem por 7% (ver Tabela 5).

Dentre os achados da investigação, é possível identificar que 73% dos entrevistados estão dispostos a gastar no destino no máximo US$ 547 (ver Tabela 6), distribuídos em três dias. Isso significa que nesse grupo o turista destina aproximadamente US$ 182 aos gastos diários, para o pagamento de alojamento, alimentação e atividades de lazer. O outro percentual corresponde aos 25% ocupados por turistas que gastam entre US$ 548 e US$ 1.640 ao dia. Por último, há os turistas que respondem por 3% do total e que gastam mais de US$ 1.640 ao dia.

Em resumo, um em cada quatro turistas que chega ao destino tem à disposição aproximadamente US$ 500 para os gastos diários, quantidade que demonstra a importância da atividade turística como dinamizadora da economia local.

Outro elemento que caracteriza o turista é a decisão de viajar para a cidade sozinho ou em companhia. Quando se perguntou sobre esse ponto, 41% dos entrevistados responderam que viajam acompanhados pela família e 31% que preferem fazê-lo em companhia de amigos. Isso significa que 72% consideram Villavicencio como um destino de grupos, com formações de, em geral, 3, 4 ou cinco membros.

Em relação ao meio de hospedagem utilizado, pode-se afirmar que 30% dos entrevistados fazem uso da infraestrutura hoteleira. Esse percentual corresponde a 21% dos hóspedes alojados em hotéis urbanos e 9% em hotéis localizados em área rural. Por outro lado, não fazem uso da infraestrutura hoteleira 42% dos turistas, dos quais 33% se instalam na casa de um familiar e 9% em casas próprias. Isso se dá por razões de proximidade com Bogotá, o que permite que algumas pessoas invistam na compra de casas localizadas em Villavicencio, como um destino de veraneio. O clima quente do piemonte apresenta média de 29°C, o que, comparado com Bogotá, onde a temperatura oscila ao redor de 14ºC, é motivo para idealizar Villavicencio como um destino de veraneio. Finalmente, 19% pernoitam na casa de amigos ou alugam casas durante o final de semana.

Essa distribuição tem uma forte relação com o uso dos serviços oferecidos pelas agências de viagem. Por exemplo, quando perguntados sobre o meio que lhes permitiu saber mais a respeito das características do destino, somente 2% dos entrevistados dizem ter feito uso das agências. Um percentual de 75% respondeu que buscou informações por si mesmos ou recebeu dicas de familiares que moram em Villavicencio. O percentual restante aponta a influência da comunicação boca-a-boca, da televisão, da imprensa, de páginas *web* e de outros meios.

Por último, no contexto turístico, é no processo de pós-compra que o consumidor toma a decisão de voltar a comprar ou de abandonar uma marca ou um produto. Gunn (1972) aponta que o consumidor turista consegue elaborar uma imagem real do destino quando é capaz de modificar as imagens *a priori* sobre a base de suas expectativas, em função de sua própria avaliação, ou de uma experiência efetiva no destino. Ao avaliar a satisfação relacionada a cada uma das atividades, descobriu-se que, para um em cada dois turistas investigados, os elementos culturais encontram-se no nível máximo de avaliação de satisfação.

Pode-se explicar essa condição tomando-se os percentuais de qualificação na faixa de excelente obtidos por diferentes produtos turísticos. Encabeçam a lista a música *llanera* e o *coleo*, cada um com 55% das pessoas

catalogando-os como excelentes, seguidos da *mamona*, avaliada da mesma forma por 47% dos turistas. Esta avaliação facilita o processo de divulgação oral feito pelos turistas satisfeitos com o destino.

A esse respeito, pode-se apontar que é possível sustentar a afluência de consumidores e, conforme avance o melhoramento da infraestrutura viária, poderá melhorar também a qualidade do destino. Por conseguinte, passaria o destino de emergente a consolidado, o que certamente trará novas oportunidades e, com elas, novos desafios.

Reflexões acerca do turismo cultural e seu suporte ao desenvolvimento local

Panosso Netto (2011) expõe algumas visões históricas equivocadas sobre a análise do turismo. Uma delas refere-se à dualidade que havia entre as correntes teóricas do fim do século XIX e início do XX, quando os estudos realizavam-se tomando como base a Economia ou a Sociologia. Atualmente, o turismo é percebido como um fenômeno que vai além da vertente econômica, envolvendo também meio ambiente, sociedade, cultura, tecnologia, saúde, ou seja, as diversas facetas do ser humano (PANOSSO NETTO, 2011).

Com base nesses enunciados e em um contexto de grupo, as comunidades locais, em função de suas particularidades sociais, políticas, culturais, geográficas e institucionais, possuem uma variedade de recursos turísticos, que demandam um estudo transdisciplinar. Por essa razão, dá-se a devida atenção tanto a produtores quanto a consumidores desse serviço. Em consequência, poderão articular-se as análises quantitativas e qualitativas, com o fim de evitar a subjetividade no estudo do turismo. Com isso, gera-se maior sensibilização e conscientização em relação ao desenvolvimento turístico, em especial na categoria cultural, que é a modalidade abordada neste estudo.

A partir disso, o turismo cultural é visto como uma atividade que contribui não apenas para o fortalecimento de seu valor de uso, mas

também para a redução das barreiras espaciais, permitindo a aproximação entre os povos. Exatamente isso é o que evidencia o Torneio Internacional do Joropo, por meio de um de seus objetivos, que é "Fortalecer a integração cultural entre os povos".

Desde a dimensão cultural, Toselli (2007) cita alguns pontos que, se cumpridos, poderiam contribuir com os processos de desenvolvimento local. Para o caso de Villavicencio, destacam-se os seguintes: o primeiro é promover o interesse dos habitantes por sua cultura, expressa por meio de seus costumes, artesanato, folclore, festas, gastronomia e tradições. O segundo ponto, que também se mostra adequado, é o fato de fomentar nos turistas a sensibilidade em relação ao cuidado do patrimônio e ao respeito das culturas das comunidades visitadas.

Em Villavicencio, para assegurar a participação da comunidade, a partir do ano de 2008, mediante o Acordo No. 015 do Conselho Municipal, oficializou-se o Dia da Cultura *Llana*. Determinou-se que, na última sexta feira de cada mês, se renda homenagem à cultura *llanera*. Assim, os funcionários ou servidores públicos do município devem ir ao trabalho portando um item de vestuário que reflita a identidade *llanera*. Da mesma forma, dispôs-se que nas escolas e colégios haja uma cátedra sobre cultura llanera e/ou se realizem jornadas lúdicas com canto, música, declamação etc, com o fim de perpetuar as raízes culturais. Ainda que essa disposição esteja dirigina ao setor público, o setor privado também se associa às ações de preservação do patrimônio, de forma que é frequente ver crianças em idade pré-escolar rendendo homenagens às suas raízes culturais com cantos e danças de natureza *lhanera.*.

Considerações finais

Ainda que haja diferentes conceitos de desenvolvimento local, existem algumas características que lhes são comuns, como complexidade, integralidade e escala humana. A complexidade, como já mencionado, refere-se às múltiplas dimensões do fenômeno; a integralidade diz respeito à

interdependências entre essas dimensões; e a escala humana está associada ao objetivo de melhorar a qualidade de vida das pessoas, como sujeitos centrais do desenvolvimento (VARISCO, 2008).

A esse respeito, uma aposta que poderia gerar bons resultados seria o fomento ao agroturismo. Consegue-se desenvolvê-lo aproveitando a produção agrícola e pecuária da região, de modo que os visitantes possam observar e participar das atividades associadas ao trabalho de *llano* e vaqueiro. Essa situação enriqueceria a experiência tanto para o turista como para o local, uma vez que este último teria a necessidade de capacitar-se, estudando em profundidade, antes de mostrar e descrever a sua tradição.

Por outro lado, podem-se criar novas formas de trabalho, resgatando as tradições artesanais. Ainda que em Villavicencio esta atividade esteja obsoleta, há um legado muito valioso no que diz respeito ao trabalho com o couro. Na cidade, há uma rua denominada Calle de las Talabarterías, em homenagem aos artesãos que se dedicam a esse ofício. Também existem pequenas empresas que elaboram produtos têxteis próprios da cultura *llanera*, usados em outros lugares. Essas práticas são valiosas e podem ser melhoradas e renovadas, sempre que e enquanto conservarem seu valor cultural.

Finalmente, o bom uso que se dê ao turismo cultural redundará na satisfação do turista, que se converte em um distribuidor da imagem do destino. Essa avaliação favorável do turista representa afluência de mais consumidores que demandam produtos, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social das comunidades locais.

Agradecimentos

Ao Professor Manuel Álvaro Ramírez Rojas, por seu suporte holístico na compreensão do turismo, e ao escritor Oscar Alfonso Pabón Monroy, por sua informação histórica.

Tabelas e imagens

Tabela 1. Concurso de música *llanera*

Denominação	Modalidade
Melhores Instrumentistas	Bandola, harpa, quatro, maracas e contrabaixo *llanero*
Interpretação de música *llanera*	Conjunto, cancioneiros, casal de baile, voz masculina e voz feminina
Composição de música *llanera*	Conjuntos em novos formatos, harpa *llanera* solista, bandola *llanera* solista, golpe inédito, passagem inédito e poema inédito

Fonte: Instituto Departamental de Cultura, 2012

Tabela 2. Modalidades e categorias do Joropódromo - versão 2012

Categoria	**Modalidade**
Tradicional	*Joroperitos*: Conformada por crianças de 8 a 13 anos
	Joroperos: A partir dos 14 anos de idade
	Grupos prioritários: Terceira idade, pessoas com deficiência, desempregados, comunidades afro e indígenas
Empresarial	Dirigida a trabalhadores ou sócios de empresas
Espetáculo	Espetáculo de *Joropo*

Fonte: Instituto Departamental de Cultura, 2012

Tabela 3. Villavicencio. Ocupação, segundo ramo de atividade (2007 -2011**)** Milhares de pessoas

Ramo de atividade	2007	2008	2009	2010	2011
Total	165	172	178	183	190
Indústria manufatureira	15	16	18	18	19
Construção	11	13	15	17	17
Comércio, Restaurantes e Hotéis	62	63	65	67	71
Transporte, armazenamento e comunicações	19	20	21	20	22
Intermedidação financeira	2	2	2	2	2
Atividades imobiliárias, empresariais e de aluguel	11	12	13	14	14
Serviços comunitários, sociais e pessoais	40	39	39	39	40
Outros ramos [1]	6	6	6	5	5

1 Agricultura, pesca, atividades pecuárias, caça e sivicultura; exploração de minas, canteiros, fornecimento de electricida, gás e água.

Fonte: DANE 2012.

Tabela 4. Evolução das motivações de viagem a Villavicencio (2004 – 2010)

Motivo de Viagem	2004	2006	2008	2010
Negócios	46%	44%	21%	22%
Esportes	14%	7%	5%	3%
Lazer	34%	43%	58%	59%
Outras Atividades	6%	6%	16%	16%

Fonte: Otero Cristina, Giraldo Wilson. Dinâmicas de Consumo. Análise de Villavicencio como destino turístico. Unillanos, 2012.

Tabela 5. Atividades de lazer preferidas para serem desenvolvidas em Villavicencio

Atividade	Frequência	Percentual válido	Percentual acumulado
Cultura	151	39,2%	39,2%
Música e Dança	72	18,7%	57,9%
Gastronomía	46	11,9%	69,9%
Coleo	27	7,0%	76,9%
Tour pela Cidade	27	7,0%	83,9%
Artesanato	20	5,2%	89,1%
Compras	16	4,2%	93,2%
Vestuário Típico	13	3,4%	96,6%
Natureza	8	2,1%	98,7%
Tour Religioso	5	1,3%	100,0%
Total	385	100,0%	

Fonte: Grupo de Pesquisa HOLOS. Universidad Santo Tomás. Villavicencio, 2012.

Tabela 6. Destinação do gasto durante a estadia em Villavicencio

Quantidade de Dólares	Frequência	Percentual válido (%)
Até US$ 164	88	23
De US$ 165 a US$ 328	57	15
De US$ 329 a US$ 547	133	35
De US$ 548 a US$ 1.093	51	13
De US$ 1.094 a US$ 1.640	44	11
Mais de US$ 1.640	12	3
Total	385	100,00

Fonte: Grupo de Pesquisa Holos. Universidad Santo Tomás. Villavicencio, 2012.

Participantes na modalidade “pessoas com deficiência”. Torneio Internacional do *Joropo*

Foto: Governo do Meta

Participantes na modalidad “pessoas com deficiência”.
Torneio Internacional do *Joropo*

Foto: Governo do Meta

Bailarinos da categoria da terceira idade, com o vestuário tradicional

Fonte: http://www.turismometa.gov.co. 2012

Participantes da categoria *joroperitos*, com traje do espetáculo do *Joropo*

Fonte: http://www.turismometa.gov.co. 2012

O *coleo*, esporte dos *llaneros*

Fonte: http://www.villavicencio.gov.co. 2012

Exponentes da música *llanera* acompanhados de maracas ou capachos, harpa, bandola, quatro e baixo elétrico.

Fonte: http://www.elespectador.com

Referências bibliográficas

BAQUERO, R. OMAR. Villavicencio: Síntesis de una historia regional en ciernes, el siglo XIX metense. Villavicencio, Documento No. 2, *Revista Oriente*, 1987, p.22

DIERES M.; MAURICIO R.P. *Lo que nos contó el abuelito*. Villavicencio: Imprenta San José, 1942, p.22.

GUNN, C.A. Vacation scape: designing tourist regions. *Boreau of business Research*, University of Texas at Austin, 1972.

HOLTON, ISAAC. *La nueva granada*: veinte meses en los Andes (traducción Angela López). 1981. Bogotá: Banco de la República. p.253

OTERO, MARÍA; GIRALDO, WILSON. Tesis de grado: Dinámicas de consumo. Análisis de Villavicencio como destino turístico. Universidad de los Llanos – Universidad de Manizales, 2012.

PABÓN, OSCAR. La economía del piedemonte metense. Edit. Juan XXIII Ltda, 2001.

PABÓN, OSCAR. *El joropo*: bien de interés cultural de carácter nacional. Colombia: Edit. Instituto de cultura del Meta, 2007.

PANOSSO NETTO, ALEXANDRE. Filosofia do turismo teoria e epistemologia. 2.ed. São Paulo: Editora Aleph Ltda, 2011

PEDERSEN, ARTHUR. *Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial*: Manual práctico para administradores de sitios del Patrimonio Mundial. Unesco. París - Francia, 2005.

TOSELLI, CLAUDIA. *Turismo cultural, participación local y sustentabilidad*. Algunas consideraciones sobre la puesta en valor del patrimonio rural como recurso turístico en Argentina. Portal iberoamericano de Gestión cultural, 2003.

TOSELLI, CLAUDIA. *El turismo cultural como instrumento de desarrollo local*. Centro Internacional de Formación de la Organización Internacional del Trabajo - OIT. Turín-Italia: Editorial Delnet, 2007.

VARISCO, CRISTINA. Turismo y desarrollo económico local. *Aportes y transferencias*, v.12, n.1, 2008, p.126-148, Universidad Nacional del Mar del Plata. Argentina.

Leituras complementares:

ICER. Informe de coyuntura económica regional 2011. ISSN 1794-3582. Edición Banco de la República y Departamento Nacional de Estadística DANE. 2012.

Tras las huellas del torneo 2008. Gobernación del departamento del Meta.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Anuario Estadístico, 2010.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Oferta Agropecuaria - Encuesta Nacional Agropecuaria (ENA), Bogotá, 2010.

Cámara de Comercio de Villavicencio, 2008. Censo de carga 2007 Carretera Villavicencio-Bogotá, Villavicencio.

Instituto de Turismo del Meta, Guía Turística del Meta 2003.

Referências da internet

Alcaldía de San Martín de los Llanos. Nuestro Municipio. Disponível em: http://www.sanmartin-meta.gov.co/nuestromunicipio.shtml. Acesso em: 2 dez. 2012.

Banco Mundial. Población total. Disponível em: http://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?cid=GPD_1. Acesso em: 11 nov. 2012.

a. Ministerio de Comercio Industria y Turismo. El turismo es el tercer generador de divisas para el país. Disponível em: https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=2750&dPrint=1. Acesso em: 3 dez. 2012.

b. Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Estadísticas de turismo. Disponível em: https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=16590. Acesso em: 3 dez.2012. Disponível em:

c. Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Colombia, el tercer país del mundo con mayor crecimiento de exportaciones. Disponível em: https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=2113&dPrint=1. Acesso em: 20 fev. 2012.

d. Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Perfiles económicos por departamento 2012. Disponível em: https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=16724. Acesso em: 11 nov.2012)

Boletín Económico Regional II semestre 2012. Suroriente Banco de la República. Disponível em: http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/regional/BER/Llanos-Orient/2012/ber_suroriente_tri2_2012.pdf. Acesso em: 30 nov.2012.

Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Las perspectivas del turismo cultural respecto a los Objetivos del Milenio para el Desarrollo (OMD). Disponível em: http://www.oei.es/pensariberoamerica/colaboraciones15.htm. Acesso em: 13 mar. de 2012.

Instituto departamental de cultura del Meta. 10º. Joropódromo. Disponível em: http://www.culturameta.gov.co/ws/Documentos/Bases%2010%20Joropodromo%20201026-04-2010_09-11-16.pdf. Acesso em: 3 dez. 2012.

Federación Colombiana de Coleo. Disponível em: http://www.fedecoleo.org.co/. Acesso em: 4 dez.2012.

Alcaldía Municipal de Villavicencio. Villavicencio a través del tiempo. Disponível em: http://www.alcaldiadevillavicencio.gov.co/ws/?categoria=9&seccion=40. Acesso em: 1 dez.2012.

Biblioteca Virtual Banco de la Republica. La Orinoquia colombiana, visión monográfica. Corpes (2004). Disponível em: http://www.lablaa.org/blaavirtual/geografia/ori/ori01.htm. Acesso em: 28 nov. 2012.

Biblioteca Virtual del Banco de la República. Del folclor llanero, Miguel Ángel Martín (1979). Disponível em: http://www.lablaa.org/blaavirtual/folclor/folclor/pobla.htm. Acesso em: 15 oct.2012.

Llano mío. Imágenes torneo Reinado Internacional del joropo 2011. Disponível em: http://www.llanomio.com/internacional-del-joropo-villavicenio/.

Alcaldía de Villavicencio. Balance resultado del festival llanero de Villavicencio. Disponível em: http://www.villavicencio.gov.co/component/k2/item/289-balance-resultado-del-festival-llanero-de-villavicencio.

Diario el Espectador. El encanto de la música llanera. Disponível em: http://www.elespectador.com/imagen-211073-el-encanto-de-musica-llanera. Acesso em: 12 dez. 2012.

Outras histórias de êxito do país:

Parque Nacional del Chicamocha. Disponível em: http://www.parquenacionaldelchicamocha.com/.

Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria. Disponível em: http://www.panaca.com.co/landing.html.

Parque Nacional del Café. Disponível em: http://www.parquenacionaldelcafe.com/newpage/.

Cuadrillas de San Martín. Disponível em: http://www.sanmartin-meta.gov.co/nuestromunicipio.shtml.

CAPÍTULO 7

ÁREAS SILVESTRES PROTEGIDAS E ECOTURISMO NA COSTA RICA

Aurora Hernández Ulate
Juan Carlos Picón Cruz

Introdução

Na primeira metade do século XX, as políticas da Costa Rica em torno dos recursos naturais foram influenciadas pelas políticas internacionais de conservação. Assim, iniciou-se, em 1945, a criação formal das Áreas Silvestres Protegidas e, posteriormente, em 1955, com a lei da criação do Instituto Costarricense de Turismo (ICT), originam-se os Parques Nacionais Irazú e Poás. Mais adiante, em 1969, estabeleceram-se as instituições encarregadas de seu resguardo e administração (SINAC, 2012).

Na atualidade, a maior parte da riqueza natural da Costa Rica encontra-se protegida pelo Sistema de Áreas Silvestres Protegidas, o qual foi criado em 1969 (VARGAS, 2000). Os resultados das políticas de conservação da natureza que se implantaram, a partir da década de 1940, se converteriam, quatro décadas depois, no pilar sobre o qual se fundamentou o principal atrativo turístico que oferece o país. Segundo dados do ICT, em 2013 ingressaram na Costa Rica 2.427.941 turistas (ICT, 2013). A maioria desses turistas visitam o país seduzidos pela ideia de "descobrir, contemplar e desfrutar da paisagem tropical, por meio do chamado ecoturismo ou turismo ecológico" (VARGAS, 2000, p.18) (Figura 1).

Figura 1. As aves migratórias que passam pelo Parque Nacional Palo Verde, no país do Pacífico Norte.

O ecoturismo nas áreas protegidas é visto como uma atividade que pode aportar os incentivos monetários necessários para a gestão dessas áreas. Essa atividade gera um impacto mínimo negativo no meio natural e produz poucas transformações ou interferências no modo de vida da zona visitada (XU; LU; CHEN; LIU, 2009). Na Costa Rica, o ecoturismo, nas Áreas Silvestres Protegidas (ASP), tem um papel importante, não só como um componente gerador de ingressos diretos na área silvestre protegida diretamente, mas também como gerador do desenvolvimento de cadeias produtivas com as comunidades circundantes à área de proteção. Isso é importante porque muitas dessas comunidades mantinham modelos de exploração insustentável de recursos naturais, que não estavam de acordo com a filosofía de conservação ou possuíam atividades econômicas que já não geravam ingressos econômicos suficientes, por exemplo, a pecuária vacuna extensiva em Guanacaste e a atividade pesqueira artesanal no Golfo de Nicoya (ARIAS, 2008). Assim, em muitas das comunidades circundantes a esses atrativos, foram criadas associações, cooperativas ou empresas locais que planejam seus próprios serviços para o turismo dentro e fora da área de proteção, como a Associação de Guías em Parques Nacionais ou pequenas empresas de artesanía.

Há poucas décadas, na Costa Rica, a declaração de uma ASP podia originar conflitos com as comunidades, pois mudava as condições de uso e acesso tradicional dos recursos naturais nas novas áreas protegidas. Na atualidade, muitos desses conflitos foram solucionando-se com planos de gestão elaborados de forma participativa, com a incorporação da comunidade nas atividades de conservação e com a ampliação dos benefícios que as pessoas podem receber da comunidade, como produto da conservação, conforme ocorre nas práticas de ecoturismo.

Atualmente, a ideia de conservação dos recursos naturais como meio para gerar recursos econômicos por meio do turismo é bem recebida pelas comunidades. Isso faz que existam populações circundantes às reservas de vida silvestre dedicadas ao turismo, como atividade direta ou indireta, pois se convertem em fornecedores de serviços turísticos. Tal é o caso da comunidade de San Gerardo, em Pérez Zeledón, ao sul da Costa Rica, onde se reconhece que "o desenvolvimento turístico é um dos benefícios mais importantes que se podem atribuir à existência e conservação do Parque Nacional Chirripó" (FÜRST, 2007).

A relação comunidade – ASP se desenvolve numa dinâmica de cooperação e benefício mútuo entre o Estado e a comunidade, em modelos conhecidos como "Cogestão", "Gestão Ambiental Participativa" e outras formas de organização local, que têm permitido que a população receba benefícios das ASP, dentro do que é possível, segundo o marco estabelecido pelo SINAC.

O ecoturismo começou a mudar as relações conflitivas das comunidades com as ASP e sua administração, visto que existe uma relação de crescimento e aproveitamento mútuo entre a população local, o turismo e a conservação. Tal é o caso do Refugio de Vida Silvestre Ostional, que "foi estabelecido pelo Ministério do Ambiente e Energía em 1983 para proteger as condições da nidificação da tartaruga Lora (*Lepidochelys olivácea*) em Ostional" (ORREGO, 2008). A regulação da extração de ovos de tartaruga causou ao início resistência e conflitos entre povoadores e a administração estatal, mas logo o aproveitamento sustentável do recurso e o ecoturismo se converteram em uma nova fonte de ingressos para a comunidade

(ORREGO, 2008). No entanto, a ação contrária também é observada, pois o desenvolvimento turístico perto de áreas com uma grande riqueza natural supõe pressões à conservação e inclusive ameaça as áreas protegidas. Por exemplo, no Parque Nacional Marino Las Baulas, onde o desenvolvimento imobiliário (comercial e residencial) causa impactos negativos na nidificação da tartaruga Baula (*Dermochelys coriácea)*, que é sensível à luz artificial, ao ruído e ao trânsito de pessoas e animais domésticos na praia (ÁLVAREZ; URBINA; UREÑA, 2008).

Essas páginas tratarão da discrepância entre a teoria e a prática do ecoturismo nas ASP da Costa Rica e arredores, considerando, por um lado, o fato de que essas zonas de proteção são complexas e parte do patrimônio natural do país, e, por outro lado, a gestão do ecoturismo como uma fonte de ingressos para a administração da área protegida e para as comunidades e interessados no ecoturismo. Um ponto interessante é que nem sempre as comunidades têm sido as gerentes do ecoturismo nas ASP que as circundam. Geralmente, elas são incorporadas aos processos de desenvolvimento turístico como fornecedores de serviços aos operadores de turismo que aproveitam o ASP como atrativo turístico. Essa visão de pessoas externas às comunidades não é compatível com os objetivos próprios do ecoturismo, visto como um produto mais do mercado turístico tradicional.

Ecoturismo: uma aproximação conceitual

O ecoturismo é uma prática social que implica um nível de contato das pessonas com o mundo natural, aproximando-se a uma visão biocêntrica, na qual as relações se produzem em um marco de valores relacionados com o respeito à natureza, o que implica a aceitação das regras e o envolvimento do turista com o meio natural e suas características. Nessa prática, o visitante é envolvido espiritualmente pelos elementos naturais e socioculturais locais, ao mesmo tempo que aporta benefícios para a conservação, por meio da investigação, concientização, interpretação e ingressos que gera no entorno local.

O ecoturismo "é a palavra que comercialmente tem tido mais êxito no desenvolvimento e comercialização de uma atividade turística novedosa (não convencional) associada ao aproveitamento dos recursos naturais e culturais de uma região" (BAÉZ; ACUÑA, 2003, p. 10). O ecoturismo, como tal, tem sido designado por vários termos, como turismo da natureza, sustentável, responsável, alternativo, verde, ecológico e suave (ZAL; BREDA, 2010) e, portanto, a definição do que significa depende das aproximações conceituais que realizem os autores. No entanto, outros autores sustentam que existe uma diferença conceitual significativa entre essas definições, dada as características da prática das atividades turísticas.

O ecoturismo é definido pela Sociedade Mundial de Ecoturismo como "a viagem responsável às áreas naturais, conservando o meio natural e melhorando a qualidade de vida das pessoas nas localidades" (The International Ecoturism Society, 2012). Alguns conceitos de ecoturismo, propostos na Costa Rica, o definem como uma atividade educativa, em contato direto com a natureza e com a integração dos grupos locais no desenvolvimento da atividade (MORERA, 2005). Mendoza indica que o ecoturismo é uma atividade recreativa-educativa, dirigida a um segmento do turismo com interesse pela natureza, que tem por objetivo interpretá-la (MENDOZA, 1997, p.67) e é promovido em países como a Costa Rica porque na teoria é capaz de produzir um aproveitamento harmonioso do ambiente natural pelos seres humanos (VARGAS, 2000).

Segundo Vargas (2000, p.21), o ecoturismo é uma atividade que se fundamenta na estreita relação do visitante com a natureza e que ambos devem chegar a um estado de *simbiosis* para garantir o desfrute e a conservação do meio natural, ou seja, constituir-se em benefícios mútuos. No entanto, assinalou que a atividade ecoturística não tem chegado a esse estado de *simbiosis*, pois o que se produz é uma coexistência entre duas atividades (turismo/conservação da natureza) que não têm uma planificação conjunta.

O ecoturismo pode classificar-se nos seguintes três tipos, segundo a intensidade das atividades, os serviços demandados pelo turista e a incorporação ou não de uma experiência de aprendizagem sobre aspectos da natureza:

- Ecoturismo forte: o turista está interessado em um aspecto da natureza e essa é a razão da viagem. Suporta condições rigorosas associadas aos horários, comidas e hospedagens pouco sofisticadas e participa de atividades rigorosas de observação ou investigação.
- Ecoturismo suave: o turista é atraído pela natureza, sem um interesse específico. Seu desejo é viajar para observar a vida silvestre, a flora e a cultura. Exige comodidades e bom serviço. Pode participar nas atividades de aprendizagens pouco rigorosas.
- Ecoturismo de aventura: o turista tem interesse de estar ao ar livre e praticar algum esporte ou atividade. Pode ou não ser muito exigente com as comodidades e não está interessado em aumentar seu conhecimento sobre o meio natural.

O turismo em áreas protegidas tem as seguintes características: que o impacto no ambiente esteja dentro da capacidade de carga; que haja mínimas transformações sociais negativas na área recebedora; que promova a educação ecológica dos visitantes em um lugar natural; que estimule a participação comunitária no desenvolvimento do processo e a equidade social; e que produza benefícios econômicos locais (ZAL; BREDA, 2010). Adicionalmente, é possível esboçar algumas características do indivíduo que é atraído pelo ecoturismo (BAÉZ; ACUÑA, 2003):

- Interessado em ter contato direto com a natureza.
- Interessado em conhecer as diferentes formas de entender e viver a vida (intercâmbio cultural).
- Disposto a aprender, sempre ativo e dinâmico.
- Geralmente educado e com algum conhecimento prévio sobre o destino, o recurso a visitar e as possíveis atividades a realizar.
- Cuidadoso de sua condição física e anímica.
- Prefere o contato direto com as pessoas e busca estabelecer laços de amizade.
- Prefere um serviço personalizado e com selo de qualidade.

- Concorda em colaborar com iniciativas para uma melhor gestão de resíduos e a redução do consumo de água e energia

Uma das principais razões para promover o ecoturismo nas áreas protegidas são os desejados benefícios econômicos aos que podem ter acesso as pessoas locais, derivadas de relações diretas ou indiretas com os visitantes. Acredita-se que a conservação da natureza se verá impactada por estes benefícios, pois a aposta é que os residentes das comunidades deixem de realizar práticas ambientais negativas dado que a conservação lhes brinda um incentivo econômico direto (XU; LU; CHEN; LIU, 2009).

Áreas silvestres protegidas na costa rica

O território emergido da Costa Rica tem uma extensão de 51.100 kilômetros quadrados, representa o 0,03% da superfície mundial, com mais de 90.000 espécies conhecidas, representando aproximadamente 4,5% da biodiversidade que se conhece no mundo (OBANDO, 2007). Essas condições naturais fazem que a motivação principal da maioria das pessoas que visitam esse país seja conhecer os bosques e a biodiversidade em geral.

Na década dos 70, criou-se o Serviço de Parques Nacionais e, com ele, a maioria das áreas protegidas que existem na atualidade no país. Nas décadas seguintes, consolidou-se o sistema de proteção, culminando com o conceito de áreas silvestres protegidas dentro de um conjunto territorial de administração amplo, conhecido como o Sistema Nacional de Áreas de Conservação (SINAC). As ASP se definem como espaços delimitados de terrenos, pântanos e mar, declaradas de conservação porque têm ecossistemas com espécies de flora e fauna ameaçadas e de grande importância por seu significado histórico e cultural (SINAC, 2012). Quando se estabelecem as ASP, principalmente as que possuem categorias muito restritivas como os Parques Nacionais, afetam-se os usos que as comunidades e desapropriados dão ao lugar e seus recursos. Geralmente, a declaração de uma ASP pode ter conflitos entre o novo lugar de conservação e a comunidade.

As ASP se classificam em oito categorías de gestão: parque nacional, reserva natural absoluta, reserva biológica, monumento nacional, zona protetora, reserva florestal, refúgio nacional de vida silvestre e pântano (Figura 2). As ASP abarcam pouco mais da quarta parte do território do país (25,56%), com 167 áreas protegidas, das quais 19 incorporam áreas marinhas (OBANDO, 2007, p.21). Mesmo que as ASP se encontrem distribuídas em todo o país (Figura 3), localizam-se principalmente nas partes altas das cordilheiras, como os Parques Nacionais Chirripó, Vulcão Irazú, Vulcão Poás e Vulcão Turrialba; nas zonas fronteiras, como o Refúgio de Vida Silvestre Caño Negro ou o Parque Internacional La Amistad; e ao longo das costas, como o Refúgio de Vida Silvestre Ostional ou o Parque Nacional Marino Ballena.

Outras formas de administrar zonas de proteção são as reservas privadas e as fazendas privadas, submetidas aos pagos por serviços ambientais, as quais estão distribuídas em todo o país. Como se observa na Figura 3, as Unidades de Planeamento Turístico desenvolvidas pelo Instituto Costarricense de Turismo encontram-se sobretudo nas costas e nas partes altas das cordilheiras, coincidindo com 3.135,3 kilômetros quadrados do território protegido.

Do total de ASP (167) da Costa Rica, 39 recebem visitantes diariamente, melhorando a atividade turística no país. Méndez (2010, p.139) indicou que o Programa Nacional de Turismo Sustentável, do Sistema Nacional de Áreas de Conservação, constitui um dos principais pilares do turismo na Costa Rica, já que as ASP são um dos atrativos do país, utilizadas nas estratégias de promoção turística nacional, desde finais da década de 1980, quando as novas políticas turísticas impulsionaram o turismo da natureza, principalmente o ecoturismo.

Em matéria de turismo, segundo a Estratégia Nacional de Conservação e Uso Sustentável da Biodiversidade (MINAE, 2000, p.37), o SINAC tem atribuído a responsabilidade de "realizar e aplicar estudos de controle do impacto do visitante às áreas silvestres protegidas". Para os encarregados da administração das ASP, o turismo é uma alternativa de

ingressos econômicos e, em algumas áreas, como o Parque Nacional Chirripó (FÜRST, 2007), na Cordilheira de Talamanca, o Parque Nacional Vulcão Poás e o Parque Nacional Vulcão Irazú, na Cordilheira Vulcânica Central, constitui a principal fonte de ingressos (FÜRST, 2004). Apesar de sua importância econômica, nem todas as ASP têm a infraestrutura necessária para a atenção do visitante. Em alguns parques e reservas biológicas, como as que pertencem à Área de Conservação Tempisque, se desenvolvem planos para melhorar as condições físicas para o visitante, principalmente trilhas, miradouros, lugares de atenção de visitantes e albergues (RODRIGUEZ, 2008).

De acordo com o Plano Nacional de Desenvolvimento Turístico (2010-2016), o modelo de desenvolvimento turístico na Costa Rica seguirá construindo-se ao redor de fatores e elementos que historicamente têm servido para conseguir o posicionamento e reconhecimento da marca turística nacional, isto é, "sem ingredientes artificiais", promovendo os conceitos de ASP e, sobretudo, de parques nacionais.

Ecoturismo nas áreas protegidas costarricenses

O ecoturismo se originou, com ênfase comercial, na década de 1980, "como uma moda introduzida pelo capital a modo de resposta aos estragos pelo mesmo, criados com o turismo em massa" (MORERA, 2005, p.4). O ecoturismo é uma atividade que muda a forma de operação de um segmento do mercado turístico, principalmente, no translado das utilidades às economias locais (ZAL; BREDA, 2010).

A promoção do ecoturismo na Costa Rica iniciou-se na década de 1980, o que se traduziu em um crescimento dessa atividade (VARGAS, 2000), e se considera esse país como parte dos pioneiros na implementação de ecoturismo, junto com Kênia, Belize e Equador, entre outros (BAÉZ; ACUÑA, 2003). Atualmente, a promoção do ecoturismo tem se estendido a muitos países que contam com um patrimônio natural e cultural de hierarquía internacional (BAÉZ; ACUÑA, 2003). No entanto, em cada

lugar o ecoturismo pode adquirir características distintas. Morera (2005), em uma descrição do turismo na Península de Osa, disse que esse lugar da Costa Rica é um exemplo do que deveria ser conceitualmente um destino de ecoturismo, porque se caracteriza pela não massificação da oferta e que está baseado nos atrativos ecológicos (MORERA, 2005).

A relação do desenvolvimento do ecoturismo com as áreas protegidas no caso da Costa Rica – e possivelmente de outros lugares no mundo – é que tais áreas respondem à necessidade de oferecer, a esse tipo de turismo, atividades em um meio natural com uma alta qualidade no estado dos recursos naturais, com atividades desenvolvidas para o aprendizado, desfrute e recreação, e em espaços naturais com uma alta biodiversidade.

Na Costa Rica, a maioria das áreas protegidas encontram-se em zonas rurais, e o desenvolvimento do ecoturismo nessas áreas tornou-se a opção econômica mais viável; portanto, há mais atores e usuários interessados em que o ecoturismo cumpra uma ação dual: uma parte que trata de maximizar os benefícios econômicos locais e outra parte que dedica esforços para a recuperação e conservação da natureza. Esse apoio não é só econômico, pois também se relaciona com a mudança da cultura ambiental das comunidades, para evitar práticas culturais que degradam os recursos naturais, como, por exemplo, a caça de fauna silvestre, a extração de madeira e as queimas de plantas e bosques.

Essas mudanças na cultura ambiental são fundamentais, principalmente no tema do fogo, pois o impacto das queimadas afeta diretamente a atividade do ecoturismo, já que, por exemplo, elimina os lugares de observação de aves (RODRÍGUEZ, 2008) e, no norte do pacífico costarricense, prejudicam parte dos últimos setores onde se pode observar o bosque seco na América Central. No caso das queimadas, sabe-se que afetaram 3.739 ha em 2010, principalmente nas Áreas de Conservação Guanacaste e Arenal-Tempisque (SINAC, 2011), que se localizam na região mais seca do país. Também é importante assinalar que 61% da vegetação queimada correspondem à categoría de pântanos, e 9% , de bosque secundário. Um estudo no Refúgio Nacional de Vida Silvestre Iguanita, localizado em

Bahía Culebra, dentro do Polo Turístico de Papagayo, constatou que um dos problemas da área diz respeito aos fogos originados por grupos de visitantes que fazem fogueiras (BARBOZA, 2008).

O principal atrativo do turismo nas áreas protegidas é que, teoricamente, essas áreas podem ser objeto de aproveitamento para manutenção de sua integridade ecológica, já que seus recursos não estão sendo explorados nem desperdiçados. Dada a importância das visitas turísticas como geradoras de ingressos econômicos nas ASP da Costa Rica, acompanhadas dessa visão de actividade com pouco impacto, em lugares com categorias de conservação muito restritivas, como os Parques Nacionais, o ecoturismo é uma das três atividades que podem realizar-se dentro do parque (as outras duas são a capacitação e a investigação). No entanto, há estudos que têm demonstrado um impacto negativo do ecoturismo nas ASP, como, por exemplo, uma mudança no lugar de nidificação da Garça (*Mycteria americana*) na Iha de Pájaros (Pássaros), pelos altos níveis de perturbação humana provocados pelo turismo (VILLARREAL; JIMÉNEZ, 2008).

Apesar de, em primeira instância, parecer muito simples esta relação turismo – área protegida, trata-se de uma rede muito complexa de relações que se desenvolvem entre os operadores turísticos, as comunidades e a administração de áreas de proteção. Como o ecoturismo depende em grande medida das ASP do Estado (MINAE, 2000), a pressão que exerce essa atividade sobre as ASP – e os conflitos que pode gerar pelo aproveitamento – é um risco com o qual se convive diariamente e que, evidentemente, ameaça o estado ambiental de alguns Parques Nacionais, como é o caso do Parque Nacional Manuel Antonio, nas costas do pacífico central costarricense, que recebeu durante 2010 mais de 200.000 visitantes (SINAC, 2011).

Áreas Silvestres Protegidas e a recepção de visitantes

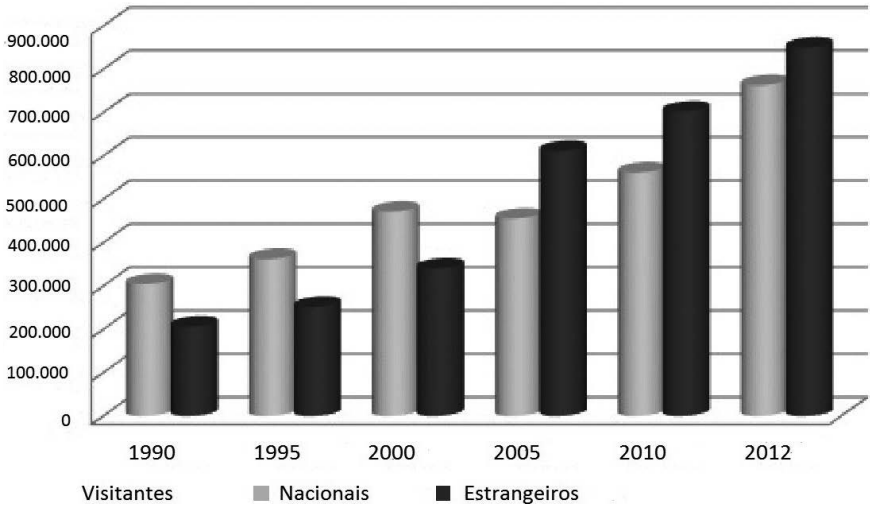
Na atualidade, de acordo as estadísticas do ICT, em média, no período de 2006 a 2010, as principais atividades que os turistas internacionais realizaram, durante a estadia no país, indicam que 52% praticam observação

de flora e fauna, 45% realizam caminhadas em espaços naturais, 25% visitam vulcões, 35% participam de observação de aves, e 32% de passeios aéreos pelo topo das árvores (tirolesa)(ICT, 2010, p. 14). Outras atividades menos frequentes, mas muito associadas ao ecoturismo na Costa Rica, é a caminhada nas pontes penduradas no bosque (5%), observação de baleias e delfins (5%), mergulho, pesca, observação de peixes, entre outras (ICT, 2010).

De acordo a promoção internacional do ICT, denominam-se como melhores perspectivas os visitantes que praticam atividades de ecoturismo e seus associados, como turismo de aventura e turismo verde. Para o desenvolvimento dessas atividades, os planos do ICT consideram a contribuição do patrimônio natural do Estado como principal fortaleza em sua estratégia de diferenciação competitiva e vantagem comparativa (ICT, 2010). Em relação às ASP, o ICT expôs a necessidade de desenvolver e implementar um conjunto de instrumentos técnicos, administrativos, normativos e de investimento para a promoção do turismo como alternativa sustentável nas ASP e suas áreas circundantes (ICT, 2010, p. 21). Em particular, propõe-se que o SINAC gerencie um programa permanente de turismo sustentável nas ASP, apoiado pelo ICT.

Um dado interessante é que as ASP da Costa Rica são mais visitadas pelo turista estrangeiro que pelo residente. Em 2010, do total de visitantes nas ASP, 45% eram pessoas residentes no país e 55% eram estrangeiros (SINAC, 2011) (Figura 4). Como se observa no gráfico, na atualidade triplicaram-se os ingressos de visitantes não residentes nas áreas protegidas. É importante assinalar que, a partir de 2003, os visitantes não residentes superam em visitas os residentes (ICT, 2011).

Figura 4. Visitas às áreas silvestres protegidas da Costa Rica, em quinquênios 1990 - 2010 e inclui o último dado de 2012.



Fonte: ICT, 2014.

A maior quantidade de visitantes ocorre no primeiro trimestre do ano, período que coincide com as datas de férias escolares e a estação seca. A Área de Conservação Cordilheira Vulcânica Ventral (ACCVC), o Parque Nacional Vulcão Poás e o Parque Nacional Vulcão Irazú, na Unidade de Planeamento Turístico Vale Central, e a Área de Conservação Pacífico Central (ACOPAC), onde se encontra a Unidade de Planejamento Turístico Pacífico Meio, são os lugares com maiores visitas, assim como o Parque Nacional Manuel Antonio (SINAC, 2011). (Figura 5).

As visitas às áreas protegidas da Costa Rica têm diminuído. Segundo informação do Programa Nacional de Turismo do SINAC (MÉNDEZ, 2010), para o ano 2006, esse país recebeu um total de 1.725.261 visitantes estrangeiros, dos quais, 60% visitaram as áreas protegidas. Para 2010, a Costa Rica recebeu um total de 2.099.829 visitantes, dos quais 35% dos turistas estrangeiros ingressaram nas ASP (ICT, 2010). Em termos absolutos, o descenso de visitas pode estar associado à crise mundial, mas em termos relativos, a descida na preferência por visitar ASP ainda não foi investigada.

A esse respeito, Morera (2005, p. 61) explicou que o ecoturismo é um estado prévio ao turismo massivo, indicando que, para o caso da Costa Rica, o produto turístico tem variado de ser um ecoturismo ou um turismo da natureza, transformando-se, pouco a pouco, no turismo de sol e praia.

Desenvolvimento do ecoturismo na costa rica e suas consequências

As áreas protegidas, apesar de sua importância para a sociedade e a natureza, têm muitas limitações para a financiamento de seus objetivos, e as possibilidades de autofinanciamento são muito restritas, já que a cooperação internacional ou o ecoturismo tornaram-se, principalmente o segundo, em suas fontes de ingressos. Assim, nos últimos anos, na Costa Rica, o turismo parece ter-se convertido na atividade capaz de prover recursos adicionais às ASP. Adicionalmente, junto com o desenvolvimento do turismo nas ASP, produzem-se cadeias produtivas, a maioria não planejada, nas comunidades vizinhas, para prover de serviços e bens ao ecoturista. Como, por exemplo, os guías locais, a oferta gastronômica local, os serviços de transporte público e privado e os passeios em lancha e cavalos. Uma das metodologias utilizadas para identificar os benefícios socioeconômicos do ecoturismo é o sistema de cadeias produtivas ao redor do ecoturismo, conhecido como estudo de conglomerados empresariais (*Cluster),* aplicado em distintos Parques Nacionais e Reservas Biológicas da Costa Rica (FÜRST, 2004). Esses estudos concluiram que, ao redor de uma atividade ecoturística, inicia-se uma proliferação de iniciativas empresariais em pequena e média escala, portanto, é dinamizadora das economias locais. Outros estudos tratam o tema da valoração econômica dos serviços ambientais das ASP, estes últimos a partir da valoração econômica, ecológica e ambiental (UNIVERSIDADE NACIONAL, 2008).

As ASP na Costa Rica encontram-se cada vez menos isoladas, pelo melhoramento da infraestructura vial e pelo crescimento da urbanização e do comércio. A necessidade de terras para a construção de casas, a produção e a enorme pressão de atividades humanas, como as associadas ao

aproveitamento turístico, tornaram-se um desafío para a proteção das áreas dedicadas à conservação. Um exemplo das pressões urbanísticas nas áreas próximas às ASP é o sistema conhecido como "segundas residências" que, para o caso da Costa Rica, provocou mudanças drásticas nos usos do solo e afetações à vida silvestre, considerando que, para o mercado imobiliário, as ASP oferecem um aumento no preço final da terra e das edificações. No Parque Marino Las Baulas, reconhecem-se impactos negativos diretos nas populações de tartarugas, afetadas pelas luzes das residêcias e comércios localizados ao redor do parque (MINAE, 2008).

Os atrativos das áreas protegidas, principalmente os relacionados com a observação da vida silvestre, podem ver-se afetados por uma alta nas visitas, o que é agravado pelas práticas de extração de fauna, tanto do turismo como da população local. Todos os anos se confiscam plantas e animais extraídos das áreas protegidas. De acordo com o informe SINAC 2011, o maior número de "decomisos" e/ou entregas realizadas foi de aves, correspondendo a um total de 219 confiscos para um total de 458 exemplares (SINAC, 2011, p.20).

Outra prática prejudicial realizada pelos visitantes de áreas de proteção é a alimentação de animais silvestres. Na Costa Rica, a lei proíbe alimentar esses animais, mas a novidade do turismo ecológico faz que "as autoridades do Governo evitem entrar em conflito com os hotéis, empresas, guias e turistas que realizam esta prática" (VARELA; GUILLÉN; JANIK, 2007, p.33). Os exemplos são muitos, tal é o caso dos macacos Tití no Parque Nacional Manuel Antonio, continuamente alimentados pelos turistas, provocando nesses macacos a perda do medo às pessoas, com a consequência de que estão aproximando-se e penetrando em zonas urbanizadas (principalmente zonas de hotéis), reclamando alimentos.

Em distintas rotas nacionais próximas a zonas naturais protegidas, podem-se observar os rebanho de animais silvestres (principalmente Quatis), que foram acostumados à alimentação dos turistas, o que aumenta a quantidade de animais em rodovias de alta circulação de veículos, e, em ocasiões, os animais tornam-se agressivos, reclamando alimentos. Em

1994, em uma reunião internacional sobre ecoturismo na Costa Rica (1994), chegou-se à conclusão de que era preciso proibir explicitamente os suprimentos de alimentos aos animais silvestres (VARELA; GUILLÉN; JANIK, 2007, p.33). No entanto, a situação segue igual ou pior.

Outra situação é a dos *Zooproxenetas*, que são pessoas que dissem ser amantes da natureza e mantêm animais com a justificação de que são animais órfãos e os oferecem aos turistas, para que eles possam tocar e fotografar-se com o animal; em muitos casos, pedem doações econômicas para manter centros de resgate. "Na Costa Rica, atualmente existe uma grande quantidade de lugares que se autodenominam 'Centros de Resgate', mas a realidade é que utilizam a animais silvestres órfãos ou feridos como um atrativo turístico" (VARELA; GUILLÉN; JANIK, 2007, p.36).

Outros problemas que afetam as ASP é a caça ilegal de animais silvestres – Veado, Paca (*Tepezcuintle*) e outros –, o comércio de carne de animais silvestres, as plantações florestais com especies forâneas (Melina e Teca) que invadem os bosques naturais, a introdução de espécies exógenas, principalmente peixes depredadores, como a tilápia.

Os resíduos sólidos e líquidos são outro problema para a proteção da vida silvestre. Historicamente, o mar tem sido utilizado como aterro de lixo, mas na atualidade as dimensões de descarga de resíduos no lugar ou levados até a costa pelos canais fluviais são surpreendentes (FOUNIER; FONSECA, 2007), principalmente nos lugares de alta atração turística, entre eles as ASP. Distintos materiais sólidos, entre eles as partículas de plástico que chegam ao mar, são confundidos pelos animais marinhos com alimento, provocando-lhes problemas digestivos que podem levá-los à morte, tal é o caso de tartarugas, aves e peixes, encontrados mortos por causa de asfixias ou inanição pelo consumo de resíduos sólidos.

De acordo ao informe do MINAE (2008), acontecem muitos problemas com visitantes que não querem aceitar as regras de uso e comportamento dentro de algumas ASP, principalmente nas praias, onde causam danos como: entrada de veículos na zona pública, música e distintos ruídos, fogueiras que podem causar incêndios e danos a espécies de insetos e outros

animais, como tartarugas, resíduos sólidos e orgânicos que causam danos aos animais da zona.

Tal como mencionam Varela et al. (2007, p.48), "mesmo que nossas Áreas Silvestres Protegidas nos tenham trazido mais benefícios econômicos que nossos produtos de exportação, investe-se mais dinheiro promovendo-as ao mundo que em sua proteção e desenvolvimento". Os mesmos autores sustentam que existe falta de funcionários e necessidade de recursos para poder atender, com uma verdadeira proteção, os recursos naturais. Isso pode dar lugar a práticas inadequadas como a colocação de comedores para aves como os beija-flores, que podem resultar em graves deficiências nutricionais e pode interromper seus ciclos naturais de polinização de uma grande quantidade de espécies de flora silvestre (VARELA et al. 2007, p.30). Os autores citados indicam que "certos hotéis e guias turísticos da Costa Rica têm o costume de ministrar comida a animais silvestres, com o fim de que seus visitantes ou grupos de turistas tenham a oportunidade de apreciar mais de perto algumas espécies de fauna. Essa prática é daninha e afeta a saúde e o comportamento dos animais" (VARELA et al. 2007, p.32).

Considerando a importância das ASP para os propósitos de conservação e, claro, para manter a posição de privilégio de que goza Costa Rica, investigadores como Portilla (2003, p.4) opinam que, nos parques nacionais e reservas biológicas, só deveriam realizar-se atividades de educação ambiental, investigação e ecoturismo controlado. O mesmo autor sustenta que não existem políticas claras sobre áreas protegidas, e que existe uma ameaça latente de investidores que apontam para a exploração dos parques nacionais com fins comerciais.

Outros investigadores, como Arguedas (2003, p.6), advertem que o mundo está sofrendo mudanças aceleradas, como a intensificação do uso da terra, que modificam a lógica da administração das áreas protegidas. Por exemplo, mencionou que investigações recentes apontam que as populações de felinos são ameaçadas pela perda de espaço e qualidade dos bosques, já que necessitam de extensões de entre 25-35 Km^2 para sua sobrevivência,

e que só oito, dos 34 parques naturais e reservas biológicas da Costa Rica (categoria com maior posibilidade de proteger), superam essa extensão.

No mesmo sentido de preocupação pela necessidade de conseguir políticas e orçamento suficiente para manter e aumentar as ASP, Marín (2003) assegura que o desenvolvimento de um verdadeiro ecoturismo e de políticas claras de apoio a essa modalidade de turismo pode ser a saída para conseguir recursos para manter as áreas protegidas do país e "talvez seja a única maneira de salvar nossas áreas protegidas".

Conclusões

As áreas protegidas como atrativos turísticos tornaram-se o eixo em que se fundamentam as visitas à Costa Rica. Reconhece-se que a atividade do ecoturismo nas ASP produz importantes benefícios que promovem o crescimento das economias locais e o aumento de ingressos econômicos por conceito de entradas nas ASP. No entanto, a atividade necessita de maiores regulações para conseguir que os objetivos de conservação e gestão sustentável da natureza das ASP prevaleçam sobre os critérios de rendimento econômico.

As ASP são muito vulneráveis aos impactos produzidos pelo excesso de visitas, o que se acentua pela falta de funcionários suficientes para o monitoramento e o acompanhamento do visitante durante o percurso. Além disso, há o risco de tratar esse produto no aproveitamento da natureza como qualquer produto turístico tradicional, aumentando a ameaça de degradação desses espaços. Um dos principais problemas é a falta de clareza quanto ao alcance comercial ou limites claros sobre o uso das ASP como atrativos turísticos. As debilidades encontradas vão desde a falta de capacitação e educação sobre ecoturismo dos guias turísticos, até a necessidade de comunicar aos visitantes os protocolos de comportamentos, as normas de segurança e as sanções aplicáveis em caso de violentar as condições ecológicas necessárias para preservar a vida silvestre.

A vida silvestre é por natureza frágil e sensível à perturbação do ser humano. A falta de informação científica sobre a conservação dos ecossistemas disponível para turistas e investidores em serviços turísticos, é uma das razões da falta de clareza na aplicação do modelo do ecoturismo. A falta de educação sobre ecoturismo faz que se confundam atividades recreativas em espaços naturais como próprias do ecoturismo, chegando ao ponto de transformar os espaços naturais para conseguir a comodidade do visitante, em prejuízo do objetivo principal de conservação da qualidade ecológica das ASP.

Apesar de ser claro o interesse da administração pública e privada por conseguir ingressos econômicos pela visita de turistas, o estado da escassa infraestrutura para acampar e as poucas alternativas de hospedagem, dentro das ASP, mostram a necessidade de maior investimento para atrair ecoturistas, até que a atividade seja sustentável em longo prazo.

Adicionalmente, a atividade do ecoturismo na Costa Rica está marcada pela estacionalidade da demanda, o que afeta os ingressos das comunidades e da administração das ASP sobretudo nas zonas distantes do Vale Central da Costa Rica. Isso faz que o ecoturismo como atividade econômica não possa constituir-se na principal fonte de ingressos das comunidades, mas sim colocar-se como uma atividade paralela às ocupações primárias dos povoadores circundantes às ASP.

O uso massificado do prefixo "eco" está ocasionando uma subvaloração da prática do ecoturismo. Hoje, prevalece o interesse do turista por recriar-se com a máxima comodidade artificial nas proximidades ou dentro das ASP, e, claro, o mercado do turismo evolui criando condições de oferta que fazem do ecoturismo e de todas as práticas associadas a ele um negócio lucrativo, na mira das empresas transnacionais melhor posicionadas no mercado internacional.

Referências bibliográficas

Álvarez, F.; Urbina, S.; Ureña, R. Una visión preliminar de la Biología de la anidación de la Tortuga Baula (Dermochelys coriacea), lora (Lepidochelys olivacea) y negra. (ChParque Nacional Marino Las Baulas de Guanacaste: un reto de la conservación. *Resultados de Investigaciones* , p.87 – 91, 2008.

ARGUEDAS, S. Manejo de áreas protegidas. *Revista Ambientico.* (Segunda parte), n. 21. Universidad Nacional: Heredia, Costa Rica. 2003.

BÁEZ, A ARIAS, S. Pobreza en las costas ticas y potencial de la acuicultura. *Ambientico* , n.19, p.18-19. 2008.

BAÉZ, A.; ACUÑA, A. *Guía para las mejores prácticas del ecoturismo en áreas protegidas.* México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, 2003.

BARBOZA, G. Playa Iguanita: reto del desarrollo sostenible. *Resultados de investigaciones en el Área de Conservación Tempisque* , p.18-26. 2008.

FOUNIER, M.; FONSECA, A. *La zona marino-costera.* San José: Estado de la Nación, 2007.

FÜRST, E. *Desarrollo y conservación en interacción*: cómo y en cuánto se benefician la economía y la comundiad de las Areas Silvestres Protegidas en Costa Rica. Heredia, Costa Rica: CINPE-UNA-INBio,2004.

FÜRST, E. Estudio de Caso: rumbo a las aguas eternas, el Parque Nacional Chirripó. In: ULATE R. J. Y CISNEROS. *Valoración económica, ecológica y ambiental*: análsis de casos en Iberoamérica Heredia, Costa Rica: EUNA, 2007, p.102-146.

ICT. *Anuario Estadístico de Turismo 2013.* Acesso em: 11 set. 2014. Disponível en: http://www.canatur.org/docs/Anuario_2013.pdf

ICT. *Costa Rica Sin Ingredientes Artificiales.* Acesso em: 1 mar. 2012. Disponível em: http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/home.asp?ididioma=1

ICT. *Plan Nacional de Turismo Sostenible de Costa Rica 2010-2016 (Resumen).* San José: Instituto Costarricense de Turismo, 2010.

MARÍN, L. Comunidades vecinas deben articularse con áreas protegidas. *Revista Ambientico,* n.21, 2003. Universidad Nacional: Heredia, Costa Rica.

MÉNDEZ, G. Turismo y desarrollo sustentable en Mesoamérica. *In:* CONGRESO MESOAMERICANO DE TURISMO, *4,* 2010, Nicoya, Guanacaste: Sede Regional Chorotega. *Anais*... Nicoya, 2010.

MENDOZA, R.O ecoturismo na Costa Rica. *Biocenosis*. San José, Costa Rica: EUNED, 1997.

MINAE. *Estrategia Nacional de Conservación y uso sostenible de la biodiversidad.a.* San José: ArtDis, S.A. 2000.

MIRANDA, M.; ACUÑA, D.; GONZÁLEZ, A. Programa de Regularización de Catastro y Registro: Instrumentos para la Regularización de la zona marítimo. In: MIRANDA, M.; ACUÑA, D.; GONZÁLEZ, A. *Coastal Areas and Land Administration – Building the Capacity 6th FIG Regional Conference*, San José, p.2-37, 2007.

MORERA, C. Ecoturismo y desarrollo local en la Península de Osa en Costa Rica. (E. d. Geográficas, Ed.). *Revista Geográfica de América Central, n.*39, p.41-74, 2005.

OBANDO, V. *Biodiversidad de Costa Rica en cifras.* San José: INbio-SINAC/MINAE, 2007.

ORREGO, C. Ventajas de la Administración del Refugio Nacional de Vida Silvestre Ostional usando el manejo ambiental participativo. *Resultados de investigaciones en el Área de Conservación Tempisque* , p.27-31, 2008.

RODRÍGUEZ, N. *Informe de monitoreo de la Gestión 2007 del ACT.* San José, Costa Rica: SINAC, 2008.

RODRÍGUEZ, N. Monitoreo de nidos de jabirú. *Resultados de investigaciones en el Área de Conservación Tempisque* , p.71-76, 2008.

SINAC. *SINAC en números*: informe anual estadísticas SEMEC 2010. San José, Costa Rica.: SINAC, 2010.

SINAC. *SINAC en Números*: Informe Anual Estadístico. San José: SINAC, 2011.

SINAC. *Sistema Nacional de Areas de Conservación*. 2012. Acesso em: 15 mar.2012. Disponível em: http://www.sinac.go.cr/historia.php

SINAC. *Sistema Nacional de Áreas de Conservación, 2012.* Acesso em: 24 fev 2012. Disponível em: http://www.sinac.go.cr/infgeneral.php

THE INTERNATIONAL ECOTURISM SOCIETY. 2012. *The International Ecoturism Society*. Acesso em: 15 mar.2012. Disponível em: http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism

UNIVERSIDAD NACIONAL. *Valoración económica, ecológica y ambiental*. Heredia, Costa Rica: EUNA, 2008.

VARELA, I.; GUILLÉN, F.; JANIK, D. *Mitos y verdades sobre la conservación de la vida silvestre*. San José: V.O. Impresores, 2007.

VARGAS, G. *Geografía turística de Costa Rica*. San José: EUNED, 2000.

VILLARREAL, J.; JIMÉNEZ, A. (2008). Caracterización de una colonia de garzones (Mycteria americana) en la Península de Nicoya, Costa Rica. *Resultados de investigación en el Área de Conservación Tempisque* , p.40-45, 2008.

XU, J.; LU, Y.; CHEN, L.; LIU, Y. (2009). Contribution of tourism development to protected area management: local stakeholder perspectives. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology* , v.16, n.1, p.30-36, 2009.

YÁSIGI, E. *Turismo*: uma esperança condicional. São Paulo: Global Universitária, 1999.

ZAL, N.; BREDA, Z. Tourism in Protected Areas: Observations from Kuşcenneti National Park. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research* ,v.21, n.1, p.73-87, 2010.

CAPÍTULO 8

"JARDINS DO REI": A GESTÃO INTEGRADA E SUSTENTÁVEL DE UM DESTINO TURÍSTICO CUBANO

María Elena Betancourt García
María Caridade Falcão Rodríguez
Luis Báez Penha

Introdução

O turismo se converteu em um negócio global cujo mercado expansivo não deixa virtualmente lugar sem tocar. Um número crescente dos destinos se abriram ao turismo e investiram neste setor, fazendo do mesmo um fator chave do progresso socioeconômico, mediante a obtenção de ganhos por exportações, criação de emprego e de empresas e execução de infraestruturas. Durante as últimas décadas, o turismo experimentou uma contínua expansão e diversificação, convertendo-se em um dos setores econômicos de maior envergadura e crescimento do mundo. No ano 2012, se superou, pela primeira vez na história, a barreira dos 1000 milhões de chegadas internacionais. (OMT, 2013, p.4)

Cuba não esteve alheia à influência desta atividade, mostrando uma clara tendência ao incremento do setor terciário de sua economia, marcada no fundamental pela crescente importância que adquiriu o turismo no país. no início dos anos 1990, com o desaparecimento da área socialista da Europa do Este, originou-se uma crise sem precedentes, cujos resultados se expressam no PIB, no período 1989-1993, que caiu 35 %, as importações, 75%, e o déficit fiscal se elevou acima de 30%. (QUINTANA, R.; FIGUEROLA, M.; CHIRIVELLA, M.; LIMA, D.; FIGUERAS; GARCÍA, 2005, p.16). Nessas circunstâncias, o país decide executar uma expansão

acelerada do turismo internacional, sendo chamado após a converter-se na "locomotiva" da economia cubana, como uma alternativa possível para a recuperação e reativação econômica. Cuba enfrentou, assim, uma das provocações mais importantes de sua história nos últimos anos: empreender o desenvolvimento da atividade turística em condições extremamente adversas e difíceis, inserida em uma área altamente competitiva como é o Caribe.

O Caribe insular, em que se situa Cuba, está identificado no mercado turístico internacional como um destino de turismo tropical de sol e praia, e se posicionou com toda as forças das excelentes condiciões naturais de seu clima, geografia e características de diversidade cultural, idiomas e idiossincrasias, que se mostram como um atraente paradoxo entre o diverso e o específico.

Todas essas condições propiciaram o surgimento de numerosos destinos e produtos turísticos, que se desenvolvem em 26 ilhas do Caribe, os quais representam aproximadamente 90 % do total das ilhas da região.

O Caribe mostrou um crescimento sustentado, com a chegada de turistas internacionais, cujas visitas aumentaram de 11,4 milhões, no ano 1990, para 20,9 milhões, no ano de 2012, segundo o Barômetro da Organização Mundial do Turismo (2013). Cuba constitui, hoje, o terceiro destino do Caribe, só superado pela República Dominicana e Porto Rico.

O modelo de desenvolvimento turístico exposto na ilha, sob os princípios de uma economia centralmente planejada, apoiou-se em um processo de desenvolvimento consciente, integrado e harmonizado, que se iniciou com o Plano de General do Ordenamento Turístico (PGOTU) de cada região turística, elaborado pelas Direções de Planejamento Físico, Provinciais e Municipais, o qual serve de apoio para a elaboração dos Planos de Desenvolvimento Turístico nos territórios.

Como estratégia governamental do início do desenvolvimento turístico, decidiu-se distribuir os escassos recursos a oito regiões previamente selecionadas e priorizadas pelos estudos de capacidade de carga e pelos seus valores e atrativos reconhecidos. (CASTELHANOS, 1998). O destino turístico Jardins do Rei está localizado na região de igual nome, que

constitui uma das regiões priorizadas e se comercializa basicamente como um destino de sol e praia, na modalidade de Tudo Incluído. Apesar das provocações e insuficiências que ainda se enfrentam em seu planejamento e gestão, foi selecionado para este estudo por ser um dos cinco destinos mais importantes do país, com resultados de êxito em distintos indicadores e reconhecido, assim como Varadero, na lista dos 10 melhores destinos de praia no Caribe, no ano de 2012.

Neste documento se expõem os aspectos mais relevantes da gestão turística que caracterizam o destino Jardins do Rei, dentro do contexto geral do Caribe e das particularidades do sistema turístico cubano. Para tanto, mostram-se as experiências positivas e problemas não resolvidos ainda, na aspiração de uma gestão turística integrada e sustentável, que eleve sua competitividade em todo mundo.

Cuba na região turística do Caribe

A República de Cuba é um arquipélago constituído pela ilha de Cuba, com uma extensão de 104 767 km2 de superfície, a Ilha da Juventude, com 2 419 km2, e mais de 3 000 recifes (pequenas ilhas) e ilhotas. Situada à entrada do Golfo do México, Cuba é a maior ilha das Antilhas Maiores. A temperatura média é de aproximadamente 25,0o C, aspecto de grande significação para o desenvolvimento, durante todo o ano, de um turismo que busca basicamente bom clima, férias, descanso e também conhecer a cultura e costumes locais.

No Caribe, Cuba é um destino de grande significação também por suas riquezas culturais, naturais e patrimoniais. O primeiro atrativo cultural de Cuba é sua "gente", por seu caráter alegre e extrovertido, assim como colaborador e hospitaleiro. Adicionalmente, o desenvolvimento educacional e cultural do país permitiu importantes lucros em diferentes manifestações da arte, tais como a música, as artes plásticas, a literatura, o cinema e o teatro, junto a variadas tradições culinárias, bebidas, festas populares, carnavais e outras, que complementam sua diversidade, que lhe imprimem seu caráter único.

Em suas riquezas naturais, destaca-se o importante potencial existente para o segmento de sol e praia, geralmente associado ao mercado cujo principal motivo de viagem é ócio, recreio e férias. Esse segmento constituiu, em 2012, 52 % do total das chegadas de turistas internacionais. (OMT, 2013). Cuba conta com 345 km de praias de interesse turístico, nas quais se encontram importantes destinos, tais como a praia do Varadero – destino mais reconhecido mundialmente –, Holguín, assim como os recifes e ilhotas: os Recifes Ensenacho, Santa María, Recife Coco e Recife Guillermo. Uma ampla barreira de cristas de arrecifes se estende em um total de 4000 km pelo exterior da plataforma submarina, com recursos marinhos ricos em paisagens inundadas, atrativos únicos para as atividades de mergulho e contemplação, assim como para atividades náuticas, para as quais se conta com 27 Centros Internacionais de Mergulho e 13 marinas, distribuídos em diferentes destinos turísticos do país.

Da superfície total da ilha de Cuba, 16 % são Áreas Protegidas com diferentes categorias de manejo. Por sua importância, se sobressaem: 14 Parques Nacionais, 25 Reservas Ecológicas e 6 Reservas da Biosfera. Esses ecossistemas são de grande significação para o turismo, visto que apresentam uma alta riqueza pelo nível de endemismo de sua flora e fauna. Seu cuidado e amparo estão previstos na Estratégia Nacional Ambiental (N), que é tomada em consideração, exigindo estudos de Impacto Ambiental para qualquer intervenção turística, em sua adequação à escala que corresponda.

Cuba conta com 9 dos 16 sítios declarados Patrimônio Mundial da Humanidade no Caribe insular. Deles, cinco constituem sítios culturais: Havana Velha e seu sistema de fortificações, Trindade e o Vale dos engenhos, Castelo de São Pedro da Rocha, Santiago de Cuba, Centro Histórico do Cienfuegos, Centro Histórico do Camagüey, e três sítios naturais: Paisagem Cultural Cerque de Vinhedos, Paisagem Arqueológica das Primeiras Plantações Cafeteiras do Suroriente de Cuba, e o Parque Nacional Alejandro do Humboldt. Do patrimônio imaterial, foi declarada patrimônio mundial A Tumba Francesa da Caridade do Oriente. Todos formam um significativo componente dentro os recursos turísticos da ilha. (MEDINA, N; SANTAMARINA, J.; SALINAS, E., 2010, p.92).

No processo dinâmico de integração dos países caribenhos, Cuba assinou, em 2001, o Convênio para o estabelecimento da Zona de Turismo Sustentável do Caribe (ZTSC), no marco da Associação de Estados do Caribe, segundo o qual a Zona se define como

> [...] uma unidade cultural, socioeconômica e biologicamente rica e diversa, geograficamente determinada, em que o desenvolvimento do turismo estará condicionado à sustentabilidade e aos princípios de integração, cooperação e consenso, com o fim de facilitar o desenvolvimento integral da região do Grande o Caribe. (AEC, 2001)

Turismo em Cuba, sua evolução.

Desde a primeira metade do século XX, começam a apreciar-se fluxos de viajantes a Cuba, que realizavam tanto atividades comerciais como de ócio. Uma vez concluída a II Guerra Mundial, ocorre um importante desenvolvimento turístico fundamentalmente em Havana, com capital norte-americano. Na década dos anos 1950 o principal mercado emissor eram os Estados Unidos, com mais de 85% do total. Nessa época, o turismo para Havana se desenvolvia fundamentalmente associado ao jogo e a outras atividades semelhantes.

Com o triunfo da revolução em 1959, originaram-se importantes mudanças no desenvolvimento turístico, que teve seu ápice na década dos anos 1990, que marcou importantes avanços, depois de tomada a decisão de acolher o turismo como pivô da economia cubana. Em 1994 se constituiu o Ministério de Turismo (MINTUR), encarregado de exercer as funções reitoras da política, a regulação e controle do setor. O modelo de desenvolvimento promulgado no país considerou como objetivos estratégicos fundamentais a integração do turismo a toda a sociedade, o incremento das capacidades e dos ganhos, o desenvolvimento de um produto turístico sustentável, e uma cultura integral de qualidade, assim como a garantia da formação e do desenvolvimento dos recursos humanos.

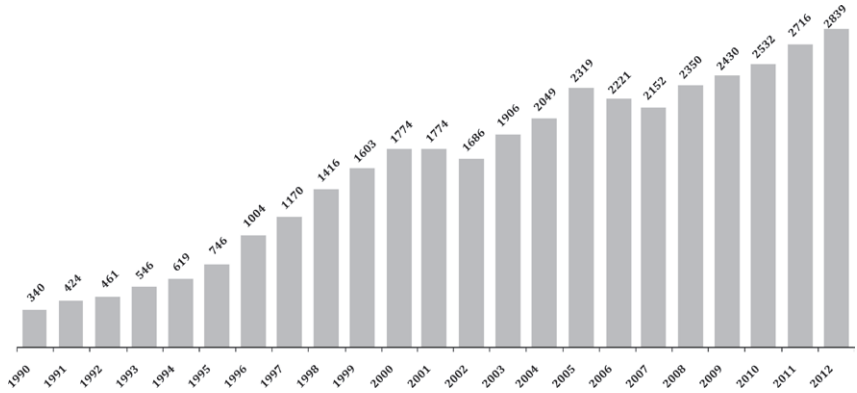
Os resultados obtidos demonstram que o turismo se converteu em um dos setores mais dinâmicos da economia cubana. Em particular nessa década,

a taxa média de crescimento anual de visitantes alcançou 19%, e os ganhos brutos 26 %, sendo uma das mais altas do mundo. (MEDINA, P. N; SANTAMARINA, G.J.; SALINAS C. E; 2010, p.194). Segundo Ferradaz (2001), o setor multiplicou por oito os ganhos, por cinco, o número de turistas internacionais, triplicou as habitações e duplicou o número de postos de trabalho. Por sua vez, a participação percentual dentro do total de ganhos na balança de pagamentos passou de 4,1 %, em 1990, a 41%, em 2000, período em que a participação dos produtores nacionais de bens e serviços para o setor passou de 12% para 61%. O turismo passou a ser o primeiro setor da economia cubana quanto a sua contribuição em divisas, demonstrando, assim, sua capacidade de envolvimento e suas potencialidades para reanimar a economia do país.

A cota de participação de Cuba no mercado turístico caribenho foi destacada e mostra um importante crescimento, de 3%, em 1990, até alcançar 13, 5%, em 2012. Cuba constitui hoje o terceiro destino pelo número de visitantes no Caribe, só superado por República Dominicana e Porto Rico. (OMT, 2013)

A cifra de chegadas internacionais em 1990 foi de 340 mil visitantes, e no ano 2012 se reportam 2 838 milhões (Figura 1). A dinâmica do crescimento da oferta hoteleira foi de 12,9 mil habitações em 1990, até alcançar 60,5 mil habitações em 2012.

Figura 1. Chegadas Internacionais a Cuba (Milhares)



Fonte: Escritório Nacional de Estatísticas e Informação. Séries de base sobre o turismo. Anuário Estatístico Cuba 2008 e 2012.

Os resultados obtidos nos ganhos turísticos mostram um incremento sustentado que passou de 243 milhões de dólares, em 1990 (QUINTANA, R; FIGUEROLA, M; CHIRIVELLA, M; LIMA, D; FIGUERAS, M. A.; GARCÍA, A. 2005, p.111), a 2325,6 bilhões de pesos conversíveis no ano 2012 (Escritório Nacional de Estatística e Informação de Cuba, 2013).

Os fundamentais mercados emissores a Cuba são por ordem de importância: Canadá, Reino Unido, Alemanha, França, Itália, Espanha, México, Argentina e os Estados Unidos. (BARÓ, M. 2013). Atualmente, Cuba mantém conexões aéreas com 51 cidades do mundo, através de 36 aerolinhas, e ainda se beneficia com sete marinhas internacionais localizadas em distintos pontos de seu território. A capacidade hoteleira ultrapassa as 60 000 habitações, com uma projeção de 85 mil por volta de 2020.

A expansão das modalidades turísticas constitui igualmente uma aposta estratégica para impulsionar o setor. Demonstrando que Cuba não é unicamente um destino de sol e praia, o turismo de congressos, reuniões e viagens de incentivos, cada vez recebe maior atenção. De igual maneira, a natureza, a cultura, a saúde, o mergulho e os esportes náuticos estendem-se para diversificar seus atrativos e impulsionar uma transformação da imagem internacional do país, como base em sua atual campanha comunicacional "Autêntica Cuba".

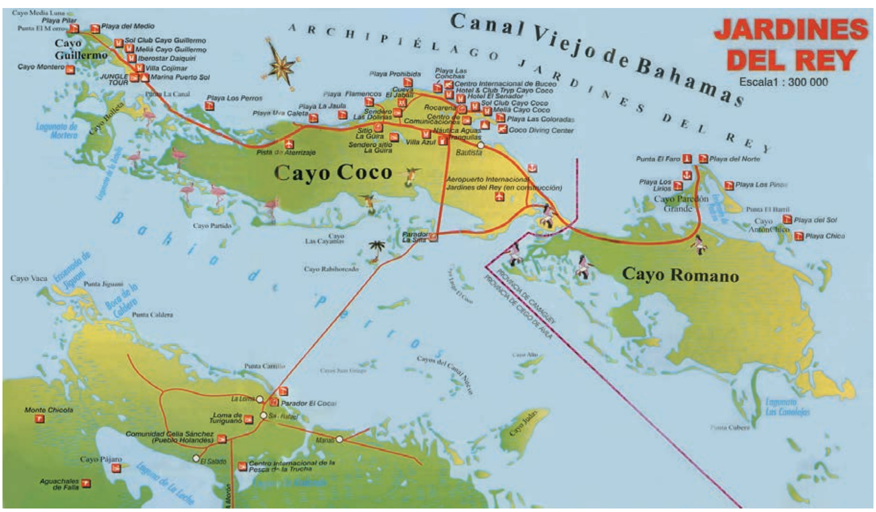
Aos atrativos antes descritos somam-se os valores sociais que exibe Cuba, a qual é reconhecida por sua segurança cidadã e segurança sanitária, capazes de possibilitar a realização de um turismo são, sem drogas, com um capital humano de alto valor por sua formação profissional. Tais aspectos são reconhecidos e contribuem a favor da competitividade do destino no plano internacional.

Destino turístico "Jardins do Rei: tudo ao natural"

Jardins do Rei deve seu nome ao arquipélago assim batizado pelos espanhóis – entre 1513 e 1514 – , em honra ao então monarca Fernando, o Católico. Localizado ao norte da província de Cego de Avila, forma parte

do Arquipélago Savana-Camagüey, no espaço geográfico do Norte da província, o qual conta com a categoria de sítio Ramsar. Conformam o destino os recifes Coco (370 km^2), Guillermo (13,2 km^2) e Paredão Grande (6.0 km2), e Antón Menino (1.7 km2), que se encontram unidos a terra firme por um caminho de pedras de 17 km construído sobre o mar, expressamente para facilitar seu desenvolvimento e operação turística, de maneira que os visitantes possam ter acesso às ofertas complementares de cidade e natureza, que nas zonas vizinhas aos recifes enriquecem os atrativos do destino.

Figura 2: Arquipélago Jardins do Rei. Fonte: Escritório delegado MINTUR Cego de Ávila.



O principal acesso ao destino se realiza por via aérea, de um moderno aeroporto internacional com capacidade para 600 passageiros / hora. Mediante voos domésticos, o destino se comunica, além disso, com os principais destinos turísticos de Cuba. Por mar, a Marinha Recife Guillermo oferece serviços de trâmites migratórios, alfandegários e de vida a bordo.

Segundo a Estratégia Ambiental do MINTUR no território (Delegação MINTUR Cego da Avila, 2004), destacam-se no destino as seguintes Áreas Protegidas de Significação Nacional com interesse turístico: Zona Centro Oeste de Recife Coco (Reserva Ecológica) e as Dunas de Pilar (Elemento Natural Destacado).

Praias de finas areias brancas protegidas por recifes coralinos que se estendem por todo o arquipélago, ao longo de 100 km, caracterizam o destino. Destacam-se também as pradarias marinhas com uma grande diversidade de espécies – num total 344, das quais 48 são endêmicas e 10 são espécies estranhas – assim como abundante vegetação do bosque, que acolhe uma grande diversidade de aves migratórias, dentre as quais reinam os flamencos rosados.

Em seus mares interiores, encontram-se áreas de reprodução de espécies e de residência de manatíes (peixe-boi). Excelentes praias ao longo de 22 quilômetros em Recife Coco e de cinco quilômetros em recife Guillermo, integradas a uma vegetação de mangues, distinguem-se por contar com dunas de grande altura, sobretudo em recife Guillermo, onde em alguns partes alcançam até 16 metros.

Distintas instituições e organismos, tais como: o Ministério de Ciência, Tecnologia e Meio ambiente, o Instituto de Planejamento Física e as próprias estruturas do MINTUR são os encarregados de coordenar e regular o desenvolvimento e construção de uma infraestrutura para o turismo que procura, em primeira lugar, respeitar esse privilegiado entorno natural, sustentando assim o lema de sua campanha promocional "Jardins do Rei, tudo ao natural"(Figura 1).

Como impulso a essa visão de sustentabilidade, destaca-se a execução, desde 1993, do Projeto PNUD/GEF "Savana-Camagüey", cuja direção radica precisamente nesse destino, por meio do "Centro de Desenvolvimento Sustentável". O projeto se dividiu em três etapas: Etapa I: "Amparo da biodiversidade e desenvolvimento sustentável do Ecossistema Savana-Camagüey"; Etapa II: "Ações prioritárias para consolidar o amparo da biodiversidade"; e a Etapa III, que se formulou para dar seguimento às duas anteriores. (ALCOLADO, P.; GARCÍA, E.; AVELLANO-DEITA, M., 2007)

Figura 3: "Hotel Colonial" - Recife Coco

Fonte: Escritório do Ministério de Turismo. Cego de Ávila

Jardins do Rei; experiências para a gestão integrada e o desenvolvimento turístico sustentável

O destino cubano Jardins do Rei, em novembro de 2013, fez 20 anos, do início de suas operações turísticas para o turismo internacional e nacional. Durante essas duas décadas, recebeu mais de 3.500.000 visitantes, mostrando um crescimento médio anual de 13%. Ao fechamento de outubro desse próprio ano, o número de visitantes mostrou um aumento de 22,9%, e os mais de 7500 turistas registrados em um dia, colocaram-no como o polo de maior crescimento do país. (JUVENTUDE REBELDE, 2013)

Segundo TripAdvisor (2013), um dos 10 melhores complexos turísticos do tipo Tudo Incluído do Caribe pertence a este destino. Trata-se do Mijará Recife Coco, que ganhou reconhecido prestígio não só pela beleza de sua arquitetura, que respeitou a vegetação de valor existente, mas também pela preparação de seus trabalhadores, sua excelente comida e o ambiente de tranquilidade e paz que oferece a seus clientes (Figura 4).

Figura 4: Hotel Melia Recife Coco

Fonte: Escritório do Ministério de Turismo. Cego de Ávila

O sistema turístico no destino conta com uma estrutura que compreende: o Escritório Territorial do Delegado do Ministro na Província de Cego de Ávila, as cadeias hoteleiras nacionais CUBANACAN, GAIVOTA e ISLAZUL, o GRUPO EMPRESARIAL EXTRAHOTELERO PALMARES, que oferece produtos de recreação e restauração, a EMPRESTUR, que dispõe serviços de apoio à operação turística, e as Agências de Viagens CUBATUR, Viaje CUBANACAN, GAIVOTA TOUR, HAVANATUR, ECOTUR e PARADISO. As empresas especializadas no transporte turístico que operam no destino são TRANSTUR e TRANSGAVIOTA.

O destino manifestou um crescimento sustentado dos investimentos hoteleiros com um ritmo de crescimento anual de 12% de suas habitações (TRUJILLO, 2013). Constituem características básicas do destino as construções, em primeira linha, de praia, dirigidas fundamentalmente a instalações de alto padrão. Nos recifes Coco e Guillermo, se localizam 5.259 habitações em 14 hotéis e duas Vilas turísticas, sendo 92 % das categorias 4-5 estrelas, e os 8% restantes de 3 e 2 estrelas.

A operação se realiza sob o regime de Tudo Incluído, modalidade de comercialização muito característica dos destinos de sol e praia, a qual facilita

a venda de um pacote que oferece um produto integral. Por outra parte, como política no destino, procurou-se buscar parceiros para a comercialização. Dessa forma, a maior parte dos hotéis foram operados, desde o início de sua exploração, sob contratos de administração com prestigiosas cadeias hoteleiras internacionais, tais como: Melia Hotel International, NH, Iberostar, Globalia, Guitar, Memori Ocidental Hotéis, Blau, Belive Hotéis, entre outras, que contam com um reconhecimento internacional e clientes fidelizados, em razão das vantagens que suas campanhas promocionais lhes oferecem.

A ocupação média da capacidade residencial é de mais de 54 % no ano, e durante a temporada alta (Dezembro a Abril) é de 80 %, e inclusive superior em dias de picos, quando se aproxima dos 100% de ocupação.

Os principais países emissores ao destino são: Canadá, com 58 % do total de chegadas, Argentina, com 8%, Reino Unido, com 7 %, assim como a Alemanha, França, Espanha e outros. Os visitantes nacionais incrementaram sua presença, representando em 2012 o segundo mercado, com 27 % dos alojados. A estadia média no destino seguiu o movimento mundial de redução nos dias de estadia: em 2000, alcançava 7.56 dias, e em 2012 foi de 5.7 dias; para o turismo internacional é de 6.5 dias e para o interno é de 3.9 dias.

Chegar a 20 anos de desenvolvimento turístico, com bons resultados, impôs ao destino grandes provocações e desafios, o que também supõe importantes carências e problemas ainda não resolvidos, sucintamente resumidos a seguir.

Principais experiências positivas na operação turística de Jardins do Rei

- O Planejamento integrado do desenvolvimento turístico.

No destino Jardins do Rei se encontram elaborados os PGOTU dos recifes Coco, Guillermo, Paredão Grande e Antón Menino. A fragilidade característica desse ecossistema requereu um planejamento que regule estritamente sua forma de uso, assim como a conservação e reabilitação dos espaços naturais, por isso o plano prevê que só se urbanizem no máximo 8%

do espaço. Todas as infraestruturas devem construir-se detrás das dunas, dando cumprimento à Lei de Costa 212, que exige uma distância mínima de 100 m da linha de praia (CONSELHO DE ESTADO, 2001). Além disso, esse plano distingue densidades residenciais baixas (25-30 hab./ha) – um índice de 25 m2 de franja de sol por banhista – e, em todos os casos, alturas máximas entre 2 e 3 plantas, mantendo o resto da superfície dos recifes em seu estado natural, com pequenas intervenções que permitem seu uso em recorridos, sendeiros e contemplação da natureza. (Direção Provincial de Planejamento Física Cego de Ávila, 2013, 2011a, 2011 b, 2010).

No processo de elaboração desses planos, integra-se o trabalho não só das direções encarregadas do planejamento, mas também se realiza uma ampla consulta e conciliação com o resto dos organismos e instituições envolvidas, dentre as quais se destacam a Direção Provincial do Ministério de Ciência Tecnologia y Médio Ambiente, Delegação do MINTUR, Instituto de Recursos Hidráulicos, Organização Básica Elétrica, Aqueduto e rede de esgoto, Comunicações, como as mais importantes. Esse trabalho é essencial na busca de consenso sobre as estratégias do desenvolvimento e as prioridades e sequência na execução do plano.

- A visão de sustentabilidade do desenvolvimento turístico no destino.

O conceito fundamental do planejamento até a gestão do destino está apoiado em um modelo de desenvolvimento sustentável do turismo. Para tornar possíveis esses objetivos, estabeleceram-se como premissas fundamentais as seguintes: reconhecimento de que a atividade turística é a principal atividade a ser desenvolvida no território; obtenção da harmonia e compatibilidade entre a natureza e o turismo, com o cumprimento dos indicadores fixados para isso; e manutenção da atividade de investigação, monitoramento e controle, de vital importância para a correta implementação do desenvolvimento turístico.

A primeira obra que se construiu no Recife foi o Centro de Investigações de ecossistemas Costeiros, em 1990, o qual manteve o monitoramento e controle do arquipélago antes e durante o desenvolvimento turístico.

Na atualidade, todas as instalações do destino implementam e/ou trabalham nos Sistemas de Gestão Ambiental, com o qual se executam planos de medida para a economia de água, eletricidade, combustível, assim como se elaboram manuais de boas práticas e conservação do meio ambiente, dirigidos a turistas e trabalhadores das instalações. Existe um monitoramento constante de todas as ações, feito pelo Centro de desenvolvimento Turístico Sustentável, lá radicado, encarregado de controlar o cumprimento dos acordos emanados do Convênio para o estabelecimento da Zona de turismo sustentável no Caribe.

- Resultados positivos na satisfação dos clientes.

Jardins do Rei, nos anos 2011, 2012 e 2013, está entre os primeiros destinos, segundo os resultados das pesquisa aplicadas sobre satisfação, obtendo, assim, o reconhecimento explícito de quem o visita. Ocupava o segundo lugar no ano 2011, no índice de Satisfação Geral, Satisfação dos Serviços Aeroportuários, Índice de Satisfação Hoteleira e Índice de Satisfação Extra-hoteleira, passando ao primeiro lugar no ano 2012 e 2013 até a data, com índices superiores à média do país e à frente dos resultados obtidos pelos 5 primeiros destinos, Holguín, Vila Clara, Varadero e Havana, nessa ordem. (Delegação do MINTUR Cego de Ávila, 2013).

- A elevação da qualificação dos recursos humanos, reconhecendo na gestão do capital humano uma das principais vantagens competitivas.

Na província de Cego de Ávila, onde se localiza o destino, encontram-se ocupados, no setor 5, 645 trabalhadores, dos quais aproximadamente 65% no destino, dos quais 43.0% dos trabalhadores de Jardins do Rei são trabalhadores diretos, e os 77 % do total têm qualificação de nível médio e superior, o que evidencia o alto nível de preparação dessa população. Alcança-se uma grande estabilidade da força trabalhista, destacando-se que 35% dela são ocupados por mulheres.

Garante-se a formação básica e capacitação contínua dos trabalhadores no posto de trabalho por meio da Escola do FORMATUR do

Moron. A Universidade de Cego de Ávila oferece a Carreira de Licenciatura em Turismo, assim como outras vinculadas às necessidades do setor. De igual forma, diferentes modalidades de pós-graduação, como mestrados e especialidades, são ofertadas aos profissionais do turismo no destino.

- Diversificação de produtos como complemento ao turismo de sol e praia

Aproveitando os atrativos naturais e culturais do destino e de seu entorno mais próximo, seguiu-se como política a diversificação de produtos, com uma oferta complementar que o turista adquire fora de seu pacote turístico, acrescentando valor à oferta de sol e praia. Essa oferta complementar se converte em uma fonte de renda econômica para as localidades e zonas de interesse turístico na região. Dentro das ofertas mais importantes, encontram-se:

-*Ecoturismo*: O Parque O Bagá, com 700ha de bosques, mangues e lacunas, é a principal oferta dos recifes, atalhos para a observação de flora e fauna em Recife Coco. Outras ofertas são as visitas a lugares naturais relevantes, como as dunas de Colina do Porto em Recife Coco e Pilar no Guillermo. Também existe a modalidade de passeios náuticos, para a observação de ecossistemas de lacunas e mangues por canais interiores.

-*Náutica*: Duas bases náuticas – as águas tranquilas, em Recife Coco, e a marina de Recife Guillermo – organizam passeios em embarcações com visitas a praias virgens e sessões de *snorkeling*. O mergulho é outra das ofertas importantes, que se realizam desde 4 centros de mergulhos, em 20 pontos de mergulho na barreira coralina.

-*Eventos*: O Festival de Locomotivas de Vapor no Moron é um evento anual competitivo, no qual se mostram em perfeitas condições técnicas locomotivas de vapor de princípios do anos 1911-1920. Celebra-se, além disso, um torneio de pesca na Lacuna a Redonda.

-*Saúde*: Centro SPA-Talasso de Recife Coco, onde se oferecem serviços dedicados ao melhoramento da qualidade de vida.

Outros produtos em desenvolvimento são: Cultural, Cidade e Recreativo, com a potencialização das instalações e manifestações culturais do

território, assim como de eventos de projeção internacional. O centro de recreação de Recife Guillermo, com bolera e lugar para atividades recreativas; o Centro de interação com golfinhos além de outros lugares como a Cova do Javali e o Sítio a Güira brindam atividades diurnas e noturnas.

-*Excursões:* As Agências de Viagens oferecem, em todos os hotéis, mais de 30 excursões a diversos lugares dos próprios recifes, à província e a outros polos do país, como Havana, Holguín, Cienfuegos, entre outros.

- *A comunidade da Ilha do Turiguanó, principal assentamento da força de trabalho, recebeu os impactos positivos do projeto de desenvolvimento turístico.*

O território da Ilha do Turiguanó é geograficamente a porta de entrada aos recifes que conformam a região turística Jardins do Rei, sendo definida a partir de 1997 como Corredor Turístico. Por sua localização, foi selecionada, no POT do destino, como o assentamento principal da força de trabalho para a operação turística.

A única fonte de emprego dos residentes na comunidade, antes o desenvolvimento turístico, era a Empresa Genética Pecuária Turiguanó. Desde sua fundação em 1976, concebeu-se para a melhora genética do gado vacino; entretanto, depois de 1997, o impacto positivo do turismo foi visível, com um aumento de suas produções, que se ampliaram e diversificaram para suas vendas ao turismo. Os residentes na comunidade perceberam, além disso, os impactos sociais e econômicos desse desenvolvimento.

Os principais impactos positivos econômicos, sociais e ambientais recebidos a partir do desenvolvimento turístico foram, de acordo com alguns autores (FALCÃO, M. C. 2007; FALCÃO, M. C; BETANCOURT, M. E.; VÁZQUEZ, R., 2010):

- Geração de 813 novos empregos na Ilha do Turiguanó, dos quais 400 empregos diretos, 235 empregos indiretos e 178 empregos induzidos, com o consequente incremento dos ganhos pessoais.
- Com o desenvolvimento turístico, o fundo residencial da comunidade duplicou, com a construção de 396 novas moradias para os

trabalhadores e reparação de moradias existentes. Atualmente se constroem novas moradias, até chegar à cifra de 2.800 novas moradias, que representarão 25% de todos os trabalhadores do destino.

- A infraestrutura hidráulica construída para o destino Jardins do Rei beneficia 95% da população residente na comunidade.
- Encontra-se em desenvolvimento o primeiro parque Demonstrativo Cubano de Energia Eólica, uma importante ação para o desenvolvimento sustentável da comunidade e indiscutível atrativo adicional para os turistas que visitam o destino.
- Diversificou-se a produção na Empresa Pecuária Ilha do Turiguanó, que gerou incrementos das vendas ao turismo e à população residente da comunidade.
- O transporte dos trabalhadores do turismo é utilizado pela população local.
- A comunidade se urbanizou e melhorou sua imagem, a partir das novas construções realizadas tanto nas infraestruturas técnicas e de serviço como nas moradias.
- Elevou-se, com a preparação da população residente, o respeito ao amparo e conservação do meio ambiente.

Ações de integração do setor turístico em escala local, para benefício de residentes e turistas.

Na atualidade, existe uma clara tendência e maior entendimento em relação à importância de realizar uma gestão turística cada vez menos setorial e mais integrada à economia local. Os processos de descentralização, que se atacam no país, constituem uma importante provocação para os governos locais, que têm a responsabilidade de impulsionar a coordenação de atores públicos e privados. Para tanto, devem aproveitar as oportunidades que representam os encadeamentos produtivos, a concepção integral dos produtos turísticos e a participação coordenada e cooperada na gestão do destino, incluindo a população. Essa forma de gestão do desenvolvimento

local reafirma a importância das administrações públicas locais, no processo de garantir a articulação gaita das políticas nacionais de desenvolvimento, com as necessidades e capacidades dos territórios, para alcançar os objetivos ou metas projetadas nas localidades.

Em tal sentido, algumas das ações mais importantes estão dirigidas ao fomento de produtos turísticos, como Projetos de Iniciativas Municipais para o Desenvolvimento Local (IMDL). O processo atual transita pela preparação dos atores locais para aproveitar as oportunidades e capacidades presentes, em cada município, que lhes permitam ofertar não só produtos turísticos, mas também converterem-se em fornecedores diretos, a hotéis e restaurantes, de produtos agropecuários ou outros insumos demandados pelo turismo na localidade. Isso se converte em um incentivo aos produtores privados, que podem comercializar seus produtos diretamente com as instalações turísticas, multiplicando assim os ganhos obtidos pelo turismo em escala local. De igual forma, os restaurantes e casas de rendas de propriedade privada, que cumpram os requisitos de qualidade e o resto das normativas para a operação, estabelecidos no país, possam ser comercializados por meio das Agências de Viagens do destino. Essas ações constituem formas de implementação dos Esboços 262, 263 e 264 da Política Econômica e Social do país, (PARTIDO COMUNISTA DE CUBA, 2011).

Dificuldades e desafios na gestão do destino

- As condições da operação turística nos recifes, afastadas dos lugares que subministram os insumos e outros serviços, encarecem a atividade, sobretudo no que se refere aos índices de eficiência. Entretanto, existem condições no destino para melhorar os resultados atuais, assim como para melhorar os preços, em função da alta qualidade do produto turístico de que dispõe o destino.
- A qualidade do produto / destino é outro dos desafios, basicamente relacionado com uma visão mais integral de sua gestão. Manifesta-se uma incapacidade orçamentária da administração pública local para oferecer serviços de autêntica qualidade turística, assim como

para conseguir a reconversão e renovação das infraestruturas de que precisa o produto turístico. Os fornecedores de produtos locais e de outros serviços necessários ao turismo não garantem a qualidade e a estabilidade de muitos produtos, serviços e equipes que se requerem para a operação de hotéis e instalações. Tal condição não só afeta o cumprimento dos padrões de qualidade estabelecidos no setor, mas também limita a renda econômica que pode proporcionar o turismo em escala local.

- O importante crescimento obtido nos investimentos hoteleiros não corresponde ao obtido nas infraestruturas de recreação e pulverização planejadas para executar, tais como: campos de golfe, marinas, parques etc., para o desenvolvimento de produtos náuticos, de natureza e aventuras, assim como de ócio. Na atualidade, essas ofertas complementares são insuficientes, para satisfazer todos os segmentos e mercados que visitam o destino. (CAMPANIONI, J. C; FALCON, M. C; GARCÍA, C.; ARE, MARIO, 2007). Essa problemática se observa em menor medida em outros destinos turísticos do país, como Varadero e Holguín, nos quais se obtém um maior equilíbrio na execução de investimentos hoteleiros e oferta complementar.
- A operação turística depende, da mesma forma que em outros destinos de países subdesenvolvidos, de tour operadores externos, que demandam suas condições na contratação. Por outra parte, o destino segue tendo uma alta dependência do mercado canadense, que contribui com níveis superiores a 50% da fatia de mercado. Em consequência, afeta também a operação do destino a marca estacionada que impõe esse mercado. Em tal sentido, se planejaram e executaram ações para inserir novos mercados que permitam uma melhor composição na estrutura de mercados. (COSTA, A.; DÁVILA, I.; BÁEZ, L; MARTÍNEZ, V.; VEIGA, E. 2011)
- A formação, preparação e atenção dos trabalhadores, afastados dos lugares de residência, implica um enorme esforço deles, e requer de um perfeito funcionamento do sistema de transporte e de atenção a esse trabalhador, o que nem sempre corresponde às necessidades.

- Por último, o desafio fundamental continua sendo manter um desenvolvimento turístico em harmonia com o meio ambiente de altos valores e grande fragilidade dos recifes; para isso, se requer elevar a exigência não só na etapa de projeto e construção dos novos investimentos, mas também na operação turística, aprofundando as condições em que se enfrenta o desenvolvimento.

Considerações finais

O difícil entorno competitivo atual exige novas dinâmicas de desenvolvimento da atividade turística. Em particular, os destinos de Sol e Praia, embora sigam ocupando o peso fundamental nos motivos de viagem em todo mundo, estão obrigados a assumir as novas provocações e desafios que lhes impõem, quais sejam: a aparição cada vez maior de novos destinos, as mudanças nos gostos e preferências e a crescente conscientização ambiental de turistas cada vez mais experimentados, que se interessam por conhecer as culturas e a idiossincrasia das localidades visitadas. Para isso, devem acrescentar valor a sua oferta fundamental, com uma diversidade de produtos que complementem e satisfaçam as mais variadas exigências.

Existe uma urgente necessidade de substituir a visão setorial do desenvolvimento turístico por modelos de planejamento e gestão integrada dos destinos, que utilizem e promovam as capacidades e oportunidades locais, a partir da realização de ações de cooperação e colaboração entre todos os agentes que intervêm no desenvolvimento – conciliando os interesses públicos e privados – e com uma participação ativa da população, para que o lucro dos objetivos do desenvolvimento turístico repercuta em benefício de residentes e turistas.

O desenvolvimento do turismo em Jardins do Rei, em seus 20 anos de operação, tem demandado um enorme esforço investidor do país, não só na planta turística dos recifes, mas também em infraestrutura que também beneficiou a parte da população. Por essa razão, todos os resultados devem continuar elevando seu efeito multiplicador nas localidades, a fim de cumprir os objetivos de sustentabilidade propostos do início de seu planejamento.

Referências bibliográficas

ALCOLADO, P.; GARCÍA, E.; AVELLANO-DEITA, M. Ecossistema Savana – Camagüey. Estado atual, avanço e desafios na produção e uso sustentável da biodiversidade. *Projeto PNUD/GEF Savana-Camagüey*. 2007, Havana, Cuba.

ASSOCIAÇÃO DE ESTADOS DO CARIBE. *Convênio para o estabelecimento da Zona de Turismo Sustentável do Caribe*. República Bolivariana da Venezuela, 2001. Disponível em: https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Espa%C3%B1ol_7.pdf

BARÓ, M. *Panorâmica do turismo em Cuba*. 2013. Disponível em: http://www.caribbeannewsdigital.com/noticia/panoramica-do-turismo-em-Cuba

CAMPANIONI, J. C.; FALCÃO, M. C.; GARCÍA, C.; ARE, M. O destino "Jardins do Rei" ante as provocações das tendências turísticas na atualidade. *Provocações Turísticas*, Revista cubana de investigações turísticas. v.1, n.6, p. 2-6, 2007.

CASTELHANOS, R. *Esquema Especial do Ordenamiento Territorial das Regiões Turísticas*. Instituto de Planejamento Física. Havana, Cuba, 1998.

CONSELHO DE ESTADO DA REPÚBLICA DE CUBA. Decreto Ley nº 212, de 2000. Gestão de La Zona Costeira. Disponível em: http://www.medioambiente.cu/oregulatoria/.../Decreto%20Ley%2012.pdf

COSTA, A.; DÁVILA, I.; BÁEZ, L; MARTÍNEZ, V.; VEIGA, E. Alerta e Monitoro do ciclo de vida do destino Jardins do Rei. *Relatório ao MINTUR*, Cuba, 2011.

DELEGAÇÃO DO MINTUR CEGO DE ÁVILA. Estratégia ambiental do Ministério de Turismo no território. 2004.

DELEGAÇÃO DO MINTUR CEGO DE ÁVILA. (2013) Estudo nível de satisfação do destino. 2013.

DIREÇÃO PROVINCIAL DE PLANEJAMENTO FÍSICA DE CEGO DE ÁVILA. Plano Geral de ordenamento Turístico de Recife Guillermo, 2010.

DIREÇÃO PROVINCIAL DE PLANEJAMENTO FÍSICA DE CEGO DE ÁVILA. Plano Geral de ordenamento Turístico de Recife Coco, 2011a.

DIREÇÃO PROVINCIAL DE PLANEJAMENTO FÍSICA DE CEGO DE ÁVILA. Plano Geral de ordenamento Turístico de Recife Paredão Grande. N/P 2011b.

DIREÇÃO PROVINCIAL DE PLANEJAMENTO FÍSICA DE CEGO DE ÁVILA. Plano Geral de ordenamento Turístico do Antón Menino. 2013.

ESCRITÓRIO NACIONAL DE ESTATÍSTICAS E INFORMAÇÃO. Anuário Estatístico de Cuba 2012. Cuba, 2013. Disponível em: http://www.one.cu/aec2012/20080618index.htm

ESCRITÓRIO NACIONAL DE ESTATÍSTICAS. (2013). Chegada de visitantes internacionais por meses. Cuba, 2013. Disponível em: http://www.one.cu/publicaciones/06turismoycomercio /llegadadevisitantes/mensual /3.pdf

FALCÃO, M.C; BETANCOURT, M.E.; VÁZQUEZ, R.. A avaliação integral dos impactos do turismo em função do desenvolvimento local sustentável. *Provocações Turísticas*. Revista cubana de investigações turísticas, Cuba, v.3, n.9, p.7-12, 2010. Disponível em: http://retosturisticos.umcc.cu/

FALCÃO, M. C. *Procedimento Metodológico para a avaliação integral dos impactos do turismo em sua contribuição ao desenvolvimento local sustentável;* o caso da Ilha do Turiguanó. 2007. Tese (Doutorado em Turismo) – Universidade do Camagüey, Camagüey, 2007.

FERRADAZ, I. (ex-ministro do Turismo). Relatório do Ministro do Turismo à Assembleia Nacional do Poder Popular. Cidade de Havana, Cuba, 2001.

MEDINA, N.; SANTAMARINA, J.; SALINAS, E.*Produtos Turísticos*. Desenvolvimento e Comercialização. Escola de Altos Estudos da Hoteleira e Turismo. Havana, Cuba, 2010.

PARTIDO COMUNISTA DE CUBA. Esboços da Política Econômica e Social do Partido e a Revolução. In: CONGRESSO DA PARTIDA COMUNISTA DE CUBA, 6, abr.2011, Havana. *Documento aprovado*... Havana, 2011.

QUINTANA, R.; FIGUEROLA, M.; CHIRIVELLA, M.; LIMA, D.; FIGUERAS, M. A; GARCÍA, A. *Efeitos e futuro do turismo na economia cubana*. Agência sueca de Cooperação Internacional para o Desenvolvimento (ASDI). TRADINCO S.A Montevideo, Uruguai, 2005.

TRIPADVISOR. Travellers Choice 2013. *Los 25 complexos turísticos Tudo Incluído mais populares*: Caribe. Disponível em: : http://www.tripadvisor.es/TravelersChoice-AllInclusive-cTop-g147237

TRUJILLO, A. (Vice-ministro do Turismo). *Discurso pronunciado no ato pelo XX Aniversário do polo turístico Jardins do Rei e da inauguração do hotel Colonial Recife Coco*. 12 nov. 2012.

VÁZQUEZ, L. R. Jardins do Rei: O polo turístico de maior crescimento. 2013. digital@juventudrebelde.cu. Disponível em: http://www.juventudrebelde.cu/cuba/2013-11-14/jardines-do-rei-o-pólo-turistico-de-maior-crecimiento/

WORLD TOURISM ORGANIZATION. (2013). Barômetro OMT do Turismo Mundial, v.10. Disponível em: : http://www.abeoc.org.br/wpcontent/uploads/2013/05/panorama_OMT_turismo_internacional_2012.pdf

CAPÍTULO 9

PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NA HOTELARIA DE CANCÚN

Elva Esther Vargas Martínez

Introdução

Com a expansão da indústria turística em destinos mexicanos da Riviera Maya, Nuevo Vallarta, Cancún, Los Cabos e Bahías de Huatulco (SECTUR, 2012), surgiu interesse em reconhecer o papel da hotelaria nos processos sociais e nas alterações na natureza. A oferta de hospedagem nesses destinos se compõe por uma grande quantidade de empresas multinacionais associadas às cadeias hoteleiras mais conhecidas do país e no exterior. Neste sentido e considerando que o desenvolvimento da indústria turística está relacionado a importantes fatores, como a criação de empregos e o aumento de investimentos em infraestrutura, bens e serviços, é que se optou por manter incentivos e promover o crescimento da hotelaria no país (SECTUR, 2011). Não obstante, a maioria das empresas limitou-se a repetir o modelo turístico de sol e praia, com todos os serviços incluídos, modelo marcado por um plano tarifário que favorece economicamente as empresas hoteleiras, sem estender o benefício na direção do desenvolvimento local.

A esse respeito, Greenpeace (2009) adverte sobre os impactos sociais e ambientais gerados pelas empresas hoteleiras multinacionais nos destinos turísticos e apresenta uma clara descrição da ausência ou descumprimento que se tem das normativas ambientais e trabalhistas. Somada a isso, existe a percepção de que o setor turístico em geral e a hotelaria em particular não desenvolveram uma consciência favorável à conservação do entorno

natural, nem orientam esforços no sentido da responsabilidade social empresarial (RSE), já que os empregados mantêm jornadas excessivas de trabalho durante a alta temporada, são contratados de maneira eventual e não recebem salários competitivos (TURISMO RESPONSABLE, 2008).

No caso específico de Cancún, Quintana Roo, o futuro da hotelaria encontra-se frente a um dilema que, por um lado, gera resultados econômicos importantes por conta de sua inserção no destino turístico mexicano mais conhecido internacionalmente e, por outro lado, enfrenta diferentes conjunturas, como as quedas nas taxas de ocupação durante longos períodos de tempo, nas ocasiões de ocorrência de desastres naturais, crises econômicas e alertas sanitários, bem como da chegada de novos investimentos hoteleiros em destinos próximos, como Puerto Morelos e a Riviera Maya. Mas, possivelmente, a situação mais preocupante para os pesquisadores e grupos de ecologistas diz respeito, de um lado, à erosão das praias, ao impacto negativo da atividade sobre os sistemas de arrecifes e lacustres, à exagerada densificação territorial, à falta d´água e ao excesso de lixo e, de outro, à concorrência por postos de trabalho, à desigualdade social, à discriminação e à contratação eventual (FERNÁNDEZ DE LARA, 2009).

Por conta disso, empreendeu-se no interior das empresas hoteleiras um processo de mudança relacionado aos trabalhadores, aos agentes do entorno, à natureza e à sociedade com que a empresa se relaciona. Esse comportamento está sendo cada vez mais reconhecido por diversos atores do setor, os quais começam a se constituir como sujeitos que pressionam por um melhor desempenho empresarial, atuando como coadjuvantes no movimento de obtenção de benefícios reais e tangíveis que se reflitam em seu desempenho financeiro e na imagem e lealdade de seus clientes e empregados.

O objetivo principal da presente pesquisa foi analisar as práticas das RSE da hotelaria de Cancún, com a finalidade de reconhecer se contribuem para a sustentabilidade do destino turístico. O texto está dividido em três partes: a primeira fala sobre a perspectiva teórica e conceitual a partir da qual se construíram as categorias de análise, a segunda apresenta a

metodologia que orientou o estudo empírico e a terceira contém os resultados de pesquisa e a discussão sobre eles.

Responsabilidade social empresarial: um passo em direção à gestão sustentável.

Estado da arte

As publicações sobre responsabilidade social e ambiental em empresas de serviços são escassas em comparação com as pesquisas empíricas em empresas manurafureiras, podendo-se dizer até que são recentes, pois a maioria foi gerada nas últimas três décadas. As pesquisas realizadas contribuíram para construir importantes perspectivas teóricas para o estudo do tema. Existem trabalhos que se concentram em identificar os impactos positivos e negativos das empresas e em detetectar como a gestão socialmente responsável pode repercutir em sua rentabilidade (BRINE; BROWN; HACKET, 2007; ORLITZKY, 2008). Também exploraram como o mercado faz que as empresas assumam um comportamento social e responsável com relação ao meio ambiente (EDWARDS; MARGINSON; EDWARDSY; FERNER, 2007; MARÍN, RUBIO, 2008; MCWILLIAMS; SIEGEL; WRIGHT, 2006; VICENTE; RUIZ; TAMAYO; BALDERAS, 2004; ZU; SONG, 2008).

A RSE também passou a ser vista como uma estratégia para alcançar competitividade e melhorar a reputação ou imagem corporativa. Autores como Porter e Kramer (2002), Waldman et al. (2006) e McWilliams et al. (2006) a destacaram entre os enfoques particulares da visão estratégica da empresa e a visão sobre os recursos e capacidades. Nessa perspectiva, a empresa conta com um elemento de diferenciação de seu processo ou serviço. Ao incorporar a RSE em sua gestão, o mercado e os concorrentes a reconhecem, o que transforma o cenário de negócios a seu favor, gerando uma vantagem competitiva. Mas, para além disso, Marín e Rubio (2008) demonstraram em seu estudo que a RSE contribui para o sucesso competitivo por meio da adequada gestão de recursos e da satisfação dos grupos de interesse.

Um enfoque adicional a ser considerado na observação da RSE é o da orientação ética e moral (FERRETE, 2005; LIZCANO; MONEVA, 2004; HUSTED; ALLEN, 2000; DONALDSON, 1983), no sentido de interpretar a empresa como uma entidade composta por recursos humanos, em que as atividades empresariais sofrem influência dos comportamentos das pessoas que as operam ou dirigem. Desta forma, a dimensão ética da empresa se evidencia pela capacidade que esta tem de responder à sociedade, ao mesmo tempo que melhor realiza suas funções e que sua cobertura seja mais ampla (WEYZIG, 2007). É nesse ponto que se deve pensar nos indivíduos em seu contexto empresarial e também na empresa, em seu contexto social.

Isso permite entender que as organizações definem os seus critérios, valores e metas empresariais usando o "reconhecimento do outro", tratando-se, na verdade, de um processo reflexivo por parte da organização, que se dá por meio de códigos, missões e princípios empresariais, por meio dos quais se operam os serviços oferecidos à sociedade (EDWARDS et al., 20070.

Não obstante, com a adoção da gestão socialmente responsável pelas empresas, também se parte da ideia de que existem grupos de interesse que influenciam as decisões e atitudes empresariais (FREEMAN, 1994). Diversos estudos fazem referência à importância dos *stakeholders* e à sua vinculação com os objetivos de desempenho empresarial (JACOBS, 1997; MITCHELL; AGLE; WOOD, 1997; PRESTON; SAPIENZA; MILLER, 1991). Especificamente, a investigação de Chamhuri e Siti (2008) mostra que as empresas multinacionais praticam a RSE não apenas por estarem submetidas ao cumprimento das leis por parte dos governos dos países em que estão instaladas, mas também porque enfrentam fortes pressões de grupos sociais e de ambientalistas, que exigem delas um comportamento responsável.

Esse enfoque ajuda a compreender, por um lado, a relação das empresas com diversos *stakeholders*, considerando que sua atuação será mais ou menos responsável, a depender se seus interessados aceitam ou rechaçam certos princípios ou práticas de gestão organizacional que lhes digam respeito (ARGANDOÑA, 1998; MAIGNAN, 2001) e, de outro, a integração da ação normativa, quando as empresas realizam determinadas atividades por conta de sua pretensão de manter uma boa relação com as

autoridades governamentais, acatando o que determina a lei (DONALDSON; PRESTON, 1995). Por consequência, esse enfoque establece que os comportamentos empresariais são em grande medida determinados pela influência dos diversos grupos de interesse sobre a empresa e vice-versa.

A teoria dos *stakeholders* aplicada à RSE pode ser interpretada em dois sentidos (CASTELO; LIMA, 2007): um estrito, que integra todos aqueles interessados (primários) que, com sua participação, garantem a permanência e a sobrevivência da empresa (acionista, empregados, clientes, fornecedores, governo e sociedade), e outro, o sentido amplo, que inclui qualquer grupo ou indivíduo (interessado secundário) que possa afetar ou ser afetado pela empresa, mas que não é essencial para sua sobrevivência. Não obstante, manifestam-se alguns problemas com essa classificação e fica clara a dificuldade de integrar aqueles interessados silenciosos, que não pertencem a um grupo humano, tal é o caso do ambiente natural (BUCHHOLZ, 2004; CAPRON, 2003; PHILLIPS; REICHARD, 2000), pois, nesse sentido, pode-se dizer que somente os humanos são capazes de cumprir as obrigações necessárias para ter a condição de interessados. Jacobs (1977) sustenta, no entanto, que se, entre os interesses legítimos da empresa, existe uma preocupação com o meio ambiente, há que se levá-la em conta, considerando as instâncias decisórias, seja da empresa seja mesmo da sociedade.

Outro argumento subjacente diz respeito a saber qual grupo de interesse é o considerado mais importante para os dirigentes das empresas, uma vez que três fatores disputam a prioridade: o poder de influência, a legitimidade da relação e a urgência da reclamação (MITCHELL; AGLE; WOOD, 1997) e, por isso, se afirma que alguns grupos se beneficiam, em detrimento dos demais (CASTELO; LIMA, 2007). Não obstante, a teoria dos *stakeholders* não outorga prioridade a um ator sobre o outro e, por isso, vai ao encontro da afirmação de que cada ator envolvido direta ou indiretamente nas atividades da empresa é como um elo que agrega valor e bem-estar para todos.

A RSE para o desenvolvimento sustentável

Os discursos mais recentes de RSE mostram uma orientação clara do papel que a empresa deve cumprir em sua contribuição para o

desenvolvimento sustentável. A filosofia do World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) está baseada na ideia de que as empresas não estão separadas da sociedade, de tal forma que, para sua operação, devem considerar preceitos como a preservação da natureza e o progresso das sociedades. Dessa forma, a RSE é definida como "a decisão da empresa de contribuir para o desenvolvimento sustentável, trabalhando com seus empregados, suas famílias e a comunidade local, assim como com a sociedade em geral, para melhorar a sua qualidade de vida" (WBCSD, 1998, p.10).

Esta definição representa uma posição conceitual integradora, já que a empresa é concebida dentro de um sistema com três níveis alcançáveis: o crescimento econômico, a coesão social e a preservação ambiental. Nesse contexto, a proposta de pesquisa implica a observação das práticas de RSE que acontecem no interior das empresas hoteleiras, suas atividades e formas de gestão, como produto de uma ação corporativa que contribua para o desenvolvimento sustentável.

Vista assim, a RSE dos hotéis deve ser resultado da articulação das três dimensões: primeiramente, a dimensão econômica, cuja responsabilidade está orientada para a rentabilidade empresarial, a produtividade, o melhoramento de produtos, processos e serviços, tratando de maximizar todo tipo de recursos para a diminuição de custos e eficiência no desempenho. A dimensão social diz respeito a mitigar os impactos que a empresa gerar sobre a cultura, os costumes, os direitos humanos e sua vinculação e colaboração com a comunidade. Finalmente, a dimensão ambiental é determinada por todas aquelas ações que a empresa realiza para conversar os recursos naturais e a biodiversidade biológica.

Não obstante o dito anteriormente, para que as empresas gerem um comportamento responsável, deve existir um marco político adequado que faça que a participação do Estado seja significativa no que tange à regulação da matéria. As políticas públicas exercidas pelos governos dos destinos turísticos determinam, em grande medida, a cooperação das empresas no desenvolvimento desses destinos, estimulando ou desestimulando

investimento e marcando o caminho para o sucesso, no que diz respeito à sustentabilidade.

Em consonância com isso, é importante distinguir os argumentos que dão base à gestão socialmente responsável nas empresas, que constituem os pilares de sua medição. Primeiramente, podem-se mencionar duas dimensões da RSE: a interna e a externa. A primeira refere-se aos fatores ou atividades descritas no interior da empresa, tais como a gestão de recursos humanos, a segurança e a gestão ambiental, enquanto a segunda está vinculada aos aspectos ou agentes do entorno, como os direitos humanos, a comunidade, a concorrência e os fornecedores.

Ao longo dos anos, as dimensões de RSE têm mudado, por conta, entre outras coisas, da globalização, da construção de um enfoque voltado para a sustentabilidade e dos movimentos a favor da ética nos negócios. Carroll (1979) delimitou quatro dimensões de responsabilidade social para empresas: a econômica, a legal, a ética e a filantrópica, as quais esquematizou em uma pirâmide cuja base é o rendimento empresarial, a produção ou a geração de empregos; o segundo plano é o cumprimento da lei e o terceiro nível da pirâmide descreve a dimensão ética, cuja responsabilidade se dá em um sentido moral, impulsionando valores compartilhados pela organização e o sistema de cooperação. Finalmente, o ápice da pirâmide descreve a responsabilidade filantrópica, também denominada discricional, pela qual a empresa assume o papel de um bom cidadão corporativo, contribuindo com a qualidade de vida das comunidades.

Hoje em dia, na áea de RSE, existe uma variedade de modelos que permitem avaliar o desempenho das empresas, por dimensões claramente definidas. Esses modelos têm sido desenvolvidos por organizações governamentais ou associações empresariais, em diferentes países. Algumas delas têm concentrado um esforço verdadeiro para a criação de instrumentos aplicáveis a diversos setores e a empresas de diferentes tamanhos. Quase todos incluem cinco dimensões: a qualidade de vida na empresa, a ética empresarial, o consumo responsável, a vinculação com a comunidade e o compromisso com os *stakeholders*. Para o caso desta pesquisa, as dimensões selecionadas foram as seguintes:

a) Níveis de compromisso empresarial: valor das obrigações e intenções da empresa em relação aos aspectos econômicos, jurídicos, éticos e filantrópicos.

b) Qualidade de vida nas empresas: filosofia de gestão que melhora o grau de dignidade do empregado, promove trocas culturais e cria oportunidades de desenvolvimento, progresso pessoal e segurança no ambiente de trabalho (FRENCH, 1996).

c) Ética Empresarial: refere-se a uma cultura organizacional com valores comuns estabelecidos e princípios que guiam o correto e transparente comportamento da empresa.

d) Consumo responsável: mecanismos de comunicação, educação e participação para gerar propostas de consumo responsável na empresa e com seus *stakeholders*.

e) Vinculação com a comunidade: políticas e ações que fazem coincidir os objetivos da empresa com os interesses e necessidades da comunidade.

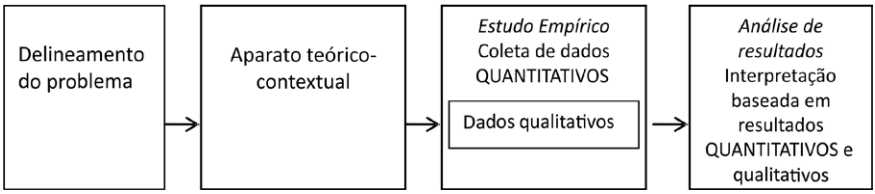
f) Ações de gestão ambiental: atividades, mecanismos, ações e instrumentos usados para garantir a conservação e o melhoramento ambiental. Inclui o monitoramento para determinar condições de contaminação, otimizar recursos e melhorar a eficiência (SORS, 1987).

Metodologia

Esta pesquisa assumiu, para seu desenvolvimento, um método misto que integra técnicas de pesquisa quantitativa e qualitativa, o que resulta em um método complexo, a partir dos recursos empregados em sua realização. No entanto, é importante considerar que a razão principal que levou a essa opção foi a possibilidade de ampliar a explicação do fenômeno a partir da complementariedade dos dois enfoques. Desenhou-se a pesquisa sob a estratégia de integração paralela, que se caracteriza por ter uma fase de coleta de dados quantitativos e qualitativos, de maneira simultânea (CRESWELL;

PLANO CLARK, 2007). Nessa etapa existe um método principal que guia o estudo de campo (método quantitativo) e um método secundário (qualitativo) que proporciona complementariedade e dá suporte à interpretação do fenômeno estudado, integrando-se um ao outro (ver Figura 1).

Figura 1. Lógica de construção. Fonte: Elaboração própria.



A investigação está centrada nas empresas hoteleiras. De acordo com a Associação de Hotéis de Cancún (AHC), durante o ano de 2009, o destino dispunha de 139 hotéis, de todas as categorias. Sobre a base das seguintes razões, decidiu-se considerar como unidade de análise todos os hotéis de quatro e cinco estrelas, assim como os classificados na categoria *gran turismo* (GT): empresas exclusivamente turísticas estrategicamente localizadas em áreas em que são oferecidos somente produtos e serviços específicos, destinados ao turista.

A capacidade total de quartos (23.498), integrada pelas três categorias, representa uma proporção superior (79%) da oferta hoteleira, em comparação com os estabelecimentos que compreendem o restante das categorias. Uma parcela de 43% desse tipo de hotéis oferece pacotes do tipo "tudo incluído", alcançando as mais altas taxas de ocupação em comparação com outros planos.

As empresas hoteleiras de cadeia mantêm uma forte presença no mercado não apenas por conta da recepção de turistas, mas também pela sua influência, em termos sociais, políticos, econômicos e territoriais, sobre a localidade (JIMÉNEZ, 2010).

Nos últimos anos, as grandes cadeias hoteleiras estrangeiras têm sido objeto de críticas e denúncias quanto à sua atuação irresponsável com trabalhadores, descumprimento de leis e depredação de recursos naturais. Em contraposição, também têm sido consideradas como um setor disposto e

preocupado em incorporar princípios sustentáveis às suas práticas de gestão, empregando iniciativas voluntárias de RSE.

Finalmente, a grande quantidade de hotéis que pertencem a redes facilita este estudo, pois unifica práticas de gestão entre os hotéis que pertencem a uma mesma corporação.

A amostra é composta por 28 hotéis que se localizam na praia e na lagoa da zona hoteleira de Cancún. O questionário para obtenção de dados foi composto por 74 questões, 46 delas com escala de Likert (em que (1) equivale a Discordo Totalmente e (5) a Concordo Totalmente) e 28 com escala nominal. Para validar o conteúdo, o questionário foi submetido a revisão de especialistas e a um teste piloto, bem como à prova de confidencialidade de Alfa de Cronbach, o que revelou valores satisfatórios na maioria das dimensões consideradas.

Para aprofundar o entendimento sobre os comportamentos empresariais, foi necessário complementar o processo de coleta de dados com técnicas de caráter qualitativo, como a entrevista em profundidade e a técnica de observação. A etapa de coleta de dados foi conduzida entre maio de 2009 e maio de 2010.

Resultados da investigação

Características dos hotéis

Do total de hotéis GT, 63% possuem também a categorização por diamantes, o que significa que são reconhecidos, pelos clientes e pela concorrência, por garantir a qualidade nos serviços prestados. O equivalente a 47% dos hotéis está classificado na categoria cinco estrelas e 25% na categoria quatro estrelas. O restante, 86% dos estabelecimentos, pertencem a cadeias hoteleiras nacionais e internacionais, e 14% são de operação independente.

Trata-se, em sua maioria, de grandes empresas (78,6%), cujo tempo de operação é variado; 60,7% dos estabelecimentos são resultado de investimento nacional, 32,1%, estrangeiro, e 7,1% são de capital nacional e estrangeiro. Cabe mencionar que 11% dos hotéis de cadeia mantêm operação spanhola, 28%, operação estadunidense e 61%, operação mexicana (Tabela 1).

Tabela 1. Caracterização dos hotéis

Tipo de investimento	Tempo operando					Tamanho da empresa		Total
	1-5 anos	6-10 anos	11-15 anos	16-20 anos	+ 21 anos	Grande	Média	
Estrangeiro	10.7%	7.1%	0%	10.7%	3.6%	28.6%	3.6%	32.1%
Nacional	21.4%	3.6%	3.6%	10.7%	21.4%	46.4%	14.3%	60.7%
Nacional-Estrangeiro	0%	0%	0%	7.1%	0%	3.6%	3.6%	7.1%
Total	32.1%	10.7%	3.6%	28.6%	25%	78.6%	21.4%	100%

Responsabilidade social empresarial

Tabela 2. Percepção sobre o compromisso empresarial

Responsabilidade da empresa	Frequência	Porcentagem
Maximizar resultados e ser rentável	22	78.6
Promover a atuação ética	16	57.1
Respeitar o sistema legal	10	35.7
Ajudar a resolver problemas sociais (filantropia)	5	17.9

Tabela 3. Análise descritiva por dimensão

Dimensão	Mín.	Máx.	Média	Desvio padrão
Qualidade de vida na empresa	1	5	4.59	.661
Ética empresarial	1	5	4.77	.698
Consumo responsável	2	5	4.74	.469
Vínculo com a comunidade	1	5	4.32	.789
Ações de GA	1	5	4.25	.950

Em geral, a avaliação por meio da RSE é favorável. De acordo com a medida obtida nos resultados, a dimensão ética empresarial é a mais alta e a vinculação com a comunidade é a mais baixa. No entanto, todas as dimensões foram avaliadas entre os pontos 4 e 5 da escala.

Niveis de compromisso empresarial

Os resultados mostraram que os hoteleiros de Cancún alternam seus compromissos obrigatórios com suas atuações voluntárias, as quais

correspondem à necessidade de legitimação ou validação da empresa com instituição social. Como razão de ser de qualquer negócio, os hotéis mostram-se comprometidos em alcançar rapidamente a rentabilidade empresarial e, como suporte para isso, melhoram constantemente a qualidade de seus serviços e buscam cada vez mais ser produtivos, o que, se feito da maneira correta, contribui para seu êxito.

A natureza ética aplicada à gestão empresarial foi reconhecida por 57% dos gestores; ante a situação social e ambiental em que vive o destino, alguns entrevistados reconhecem ter adotado ações de natureza moral na gestão, ao tomar decisões empresariais, sobretudo depois dos últimos acontecimentos registrados em Cancún, como o furacão Wilma e a emergência sanitária, por conta do AH1N1. Com esses acontecimentos, o mercado tornou-se mais competitivo, de forma que havia a necessidade de implementar práticas para a subsistência econômica dos hotéis. Nesse contexto, a necessidade de obter resultados econômicos superou a capacidade de integrar ações destinadas ao desempenho ético empresarial dos hotéis. Quanto ao cumprimento legal, declarou-se que se trata de uma obrigação iminente das empresas, não obstante, os hoteleiros consideraram-na um compromisso menor, diante das atividades filantrópicas que exercem. Os *stakeholders* mostram-se organizados como que num triângulo composto por clientes -acionistas-empregados. É evidente o alto valor que a empresa atribui ao cliente, já que este é a principal razão de seu funcionamento. Em segundo lugar, estão os acionistas, como investidores e tomadores de decisões e, em terceiro lugar, estão os empregados, já que, no caso das empresas de serviços, essas dependem, em grande medida, do desempenho de seus colaboradores. Falta trabalhar mais a vinculação entre os hotéis e os grupos sociais externos, tais como a comunidade, o governo, os fornecedores e os concorrentes.

Qualidade de vida na empresa

A maioria dos gestores considerou que as condições trabalhistas, a gestão que dignifica os empregados e as oportunidades de desenvolvimento profissional são favoráveis. Nos hotéis, é evidente a administração dos

recursos humanos por meio de programas de segurança e proteção civil para evitar problemas futuros, o que inclui treinamentos para funcionários e turistas. Esse componente acaba sendo um importante ponto de conexão entre a empresa e o ambiente natural, já que se cumpre o estabelecido pelas autoridades e pela legislação, no que diz respeito ao desenvolvimento de ações que permitem estuturar a equipe, as instalações e os demais bens do hotel, de maneira a salvaguardar a integridade física dos funcionários e diminuir os riscos trabalhistas. Além disso, esse exercício tem permitido às empresas minimizar os impactos negativos sobre o ambiente.

O equivalente a 92,2% dos hotéis conta com benefícios idênticos, incluindo o tratamento, para homens e mulheres que exercem a mesma função, em qualquer nível hierárquico. Cumpre-se o objetivo de capacitação e desenvolvimento de pessoal, prestação de informação sobre assuntos trabalhistas e promoção de cargos, avaliação da satisfação e desempenho do pessoal.

Uma iniciativa que recentemente vem sendo proporcionada aos empregados dos hotéis é a oportunidade de concluir estudos em qualquer nível educativo, além de certificarem-se em competências trabalhistas. Os convênios são estabelecidos com escolas e universidades locais.

Ética empresarial

As práticas de ética empresarial mais comuns são a formação e o desempenho ético dos empregados, a boa gestão e os códigos de conduta e valores. O equivalente a 82,1% dos hotéis respeita o cumprimento dos direitos humanos em sua área de influência, 78,6% promove a melhoria constante da qualidade de seus serviços e 50% mantêm práticas de mercado transparentes e colabora com outras empresas do setor.

Uma parte significativa dos gestores dos hotéis (93,1%) diz manter uma política de contratação não discriminatória e 85,7% afirmam promover o desempenho ético entre os trabalhadores. Cabe destacar que as empresas buscam estabelecer mecanismos de prevenção ao suborno e à corrupção, já que esse tipo de ação tem contaminado também o setor turístico.

Outro elemento que se mostra desterminante na linha teórica da reputação empresarial para a satisfação dos trabalhadores, é a privacidade dos dados do cliente, política adotada pela quase totalidade dos hotéis.

Na certificação do desempenho ético empresarial, três empresas obtiveram o reconhecimento *Ótimo lugar para se trabalhar*, cumprindo critérios de confiança, credibilidade, respeito e justiça. Os instrumentos relacionados à ética empresarial que predominam são os códigos de conduta (96,4%). Alguns hotéis obtiveram a participação ativa de seu pessoal na elaboração desse código, ação importante, pois não se trata de obrigações, mas de compromissos livremente assumidos por parte do pessoal. Da mesma forma, um alto percentual dos gestores (82,1%) expressou integrar, em sua missão e estratégia organizacional, aspectos da RSE. Para o caso da publicação de relatórios ou registro de memórias de desempenho social, o percentual de participação dos empregados é menor (42,9%) e a maioria das empresas registra balanços ou informes sociais realizados pelo escritório corporativo.

Consumo responsável

Em geral, registra-se um elevado nível de implementação de mecanismos de comunicação, educação e participação, no sentido de gerar consumo responsável nos hotéis. Um percentual de 64,3% dos hotéis atende às necessidades e comentários de seus clientes para aumentar a qualidade do serviço e a satisfação dos turistas. As frequências mostram que 89,3% dos hotéis informam os hóspedes sobre práticas ecológicas durante sua hospedagem e 92,9% entrega informações sobre o risco associado ao uso de seus serviços. O equivalente a 85,7% dos entrevistados avaliou na escala máxima os procedimentos de segurança para o hóspede, fator que garante ao turista uma estadia satisfatória e tranquila. O mesmo percentual de hotéis atende às recomendações dadas pelas autoridades em matéria de proteção ao consumidor.

Vinculação com a comunidade

Os hotéis incluem entre seus fornecedores empresas da comunidade local. A média de participação dos hotéis na melhoria da qualidade de vida

das comunidades locais é de 4,29 (σ=.897). Mais da metade mantém uma política de contratação de nascidos em Cancún ou em localidades próximas, em detrimento da contratação de estrangeiros ou originários de outros Estados.

Nos hotéis, são comuns as ações de limpeza de praias, renovação de escolas e jardins, programas voltados para os idosos e pessoas acometidas por câncer ou HIV. Trabalha-se em campanhas como o Sistema para o Desenvolvimento Integral da Família (DIF), a Diretoria de Polícia de Trânsito e Bombeiros, a Cruz Vermelha e Proteção Civil, realizando-se doações em espécie.

Os hotéis também mencionam realizar doações de serviços, produtos e/ou dinheiro para causas sociais. Cinco cadeias hoteleiras possuem sua própria fundação, por meio da qual são realizadas atividades em favor de seus funcionários e da sociedade. Alguns hotéis estão integrados a programas como o *End Child Prostitution*, *Child pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes, Fundación Lazos, Teleton, Reto Familiar A. C, UNICEF* e *Niños de la Calle*. A participação dos hotéis em atividades filantrópicas é alta (96,5%) e os empregados também cooperam, como na prática de apadrinhar crianças e idosos com reduzidos recursos econômicos ou formar grupos de apoio moral e psicológico contra a violência e o suicídio, que nessa região do país é muito alta.

Ações de gestão ambiental

Essa dimensão registra indicadores favoráveis ($\overline{X}$=4.25, σ=.950); os controles de impacto ambiental causado por atividades e serviços hoteleiros, o estímulo ao consumo de produtos e/ou serviços que não agridam o ambiente, os programas de capacitação ambiental, a utilização e instalações e tecnologias que respeitam o ambiente e a existência de planos de emergência ambiental formam um conjunto de resultados muito próximos, com escalas altas de avaliação e pouca variabilidade.

O fato de os hotéis serem relativamente antigos permitiu a introdução de tecnologias ambientais, já que os hotéis novos e os reformados

são edifícios inteligentes, que mantêm um controle preciso do consumo de água e energia, melhorando o desempenho ambiental das empresas hoteleiras. Ainda que todas as empresas mantenham um sistema formal de gestão ambiental (GA), a maioria delas conta somente com aspectos básicos de gestão, tais como a separação de lixo, o monitoramento ambiental, o manejo de planos de emergência e de resíduos perigosos. A totalidade dos hotéis monitora o consumo de água, e o abastecimento se dá por meio de uma rede de água potável e de poços, ao passo que, no que diz respeito às águas residuais, a maioria dos gestores afirmou que os hotéis cumprem os padrões definidos e as normas aplicáveis. Duas cadeias hoteleiras contam com um sistema de tratamento biológico e físico-químico de depuração da água residual.

No que diz respeito à forma de operar a logística ambiental, cinco hotéis contam com gerências de gestão ambiental e oito com comitês em nível corporativo. O equivalente a 68% das empresas hoteleiras conta com política ambiental, definida pelo nível corporativo, devendo todos os hotéis da cadeia assumi-la. Ao observar cinco políticas adotadas, encontram-se aspectos como: (a) o cumprimento da lei, (b) a proteção da ecologia por meio de programas e boas práticas ambientais, (c) a responsabilidade com a natureza, (d) a sustentabilidade, (e) a comunicação e (f) a comunidade.

O trabalho com o pessoal foi um dos obstáculos vencidos no processo de integração da GA nas empresas e fazê-lo implicou mudança de cultura, e a capacitação dos empregados significou uma nova filosofia de trabalho. Muitas das ações de GA são seguidas pela proteção dos trabalhadores.

Quanto às certificações e auditorias ambientais, um alto percentual de gestores (85,7%) mostrou conhecer o selo de qualidade ambiental turística outorgado pela SECTUR e pela PROFEPA, embora somente 53,6% o tenham implantado ou estejam prestes a fazê-lo. O grau de evolução da prática entre os hotéis é variado, e somente uma companhia mencionou encontrar-se próxima de uma auditoria – precisamente o Hotel Dreams Cancún Resort & Spa, que recebeu o reconhecimento em março de 2010. Essa empresa integrou ainda, aos seus processos de operação, a SGA ISO 14001.

O Green Globe (GG) é conhecido por 71,4% dos hoteleiros e sete estabelecimentos o têm em processo de implantação. Essa certificação é altamente apreciada no âmbito do turismo internacional. A ISO 14001 é identificada por menos da metade dos entrevistados (42,9%) e está implantada em somente três hotéis.

O Certificado GG foi intensamente promovido pela organização internacional MARTI Conservation, em iniciativa criada para a defesa da área de arrecifes mesoamericana, em conjunto com o grupo ambientalista Amigos de Sian Ka´an, com a WWF, a Conservation International, a Tour Operadores para o Desenvolvimento do Turismo Sustentável e a Associação dos Hoteleiros da Riviera Maya e Cancún.

Posição das empresas hoteleiras diante da situação ambiental

Uma primeira análise dos resultados mostra que os gestores hoteleiros estão conscientes dos efeitos negativos que o turismo gerou sobre o destino. Os acontecimentos dos últimos anos os fizeram refletir sobre a vulnerabilidade do setor turístico. A maioria deles considera que Cancún teve impactos significativos sobre a hotelaria, no que diz respeito à natureza, e reconhecem que o lugar veio se deteriorando muito rapidamente, já que é considerado um destino jovem (apenas 40 anos). Também consideram que Cancún dificilmente conseguirá ser um destino sustentável, já que seria necessário um grande esforço e muito investimento econômico, condição que nem todos os atores do setor estão dispostos a cumprir. Nesse sentido, os resultados de outros estudos (LLULL, 2003) apontam que deve existir uma parceria entre a administração pública e as empresas de turismo para que se possa alcançar o desenvolvimento sustentável dos destinos. Em geral, se reconhecem três grupos específicos que trabalham para a melhoria social e ambiental do lugar: a sociedade civil, o governo e os empresários. Não obstante, a tarefa não tem sido fácil e os compromissos entre eles apenas começaram (VARGAS; ZIZUMBO; VIESCA; SERRANO, 2011).

Conclusões

O turismo é considerado um setor com forte dinâmica expansiva, já que sua evolução se associa ao incremento do nível de vida das populações. No entanto, o processo globalizador e os modelos de desenvolvimento turístico com enfoque econômico têm provocado a generalização de grandes obras de infraestrutura, a destinação de enormes capitais para a indústria turística e, com isso, a geração de severas consequências ecológicas e sociais nos destinos. Com o surgimento do discurso da sustentabilidade, pode-se observar sua influência sobre o setor empresarial, pois a ideia de sustentabilidade se associa às perspectivas privadas e econômicas, associadas, sobretudo, por conta da necessidade de as empresas se apresentarem à sociedade como entidades responsáveis, social e ambientalmente, revelando uma boa imagem no setor.

A revisão da literatura permitiu distinguir as diferentes perspectivas teóricas disponíveis para o estudo e conceituação de RSE. Essencialmente, se reconhece que a RSE é uma importante ferramenta para as empresas, no sentido de contribuírem com as esferas da sustentabilidade. O tema da RSE é relativamente recente no contexto turístico mexicano e, nesse sentido, destaca-se o caráter exploratório de alguns indicadores utilizados, que, embora bem ajustados à revisão da literatura, podem ter limitações para serem aplicados a outro setor empresarial ou a outro contexto.

A qualidade de vida na empresa, entre os hotéis estudados, é determinada, em grande medida, pelo cumprimento às leis trabalhistas e às condições de trabalho oferecidas aos colaboradores, o que tem a ver, na maior parte dos casos, com programas de gestão de recursos humanos. Quanto à ética empresarial, essa é resultado da combinação do respeito aos direitos humanos, em sua região de influência, do emprego de mecanismos de controle de práticas de corrupção e da promoção do desempenho ético entre o pessoal. Não obstante, os resultados mostraram que os hotéis ainda precisam trabalhar mais no sentido da definição e aplicação de uma política de contratação não discriminatória.

Em relação a consumo responsável, destacam-se a importância das necessidades e os comentários dos clientes para o processo de monitoramento da qualidade e da satisfação com o serviço, sem deixar de reconhecer

que mais da metade dos hotéis está iniciando suas práticas de prestação de informações aos hóspedes, sobre como diminuir danos ecológicos, ao utilizarem-se dos serviços oferecidos. Sobre a vinculação das empresas com a comunidade, faltam atividades que apoiem a comunidade e que melhorem as relações da empresa com as autoridades e com os fornecedores. Nesse sentido, se a empresa tem como fim principal cumprir uma responsabilidade econômica, resulta coerente que se diga isso aos clientes e acionistas, os grupos mais importantes para as empresas hoteleiras, sendo os primeiros aqueles que compram os bens e serviços turísticos produzidos pelo hotel, razão pela qual a empresa existe. No entanto, é necessário destacar a importância dos outros grupos com os quais a empresa se relaciona, pois, do contrário, poderá haver deterioramento dessas relações ou mesmo rupturas.

Com relação às ações de GA, o controle dos impactos ecológicos e a capacitação ambiental são ações que a maioria dos hotéis exerce, e o excesso de lixo, mal cheiro e descargas de resíduos são os principais problemas enfrentados pelas empresas em sua operação diária. A integração da maioria dos hotéis no Programa Nacional de Auditoria Ambiental evidencia um ineresse por implementar um SGA, em que pese o fato de os resultados ainda serem insuficientes para a obtenção de certificações.

Em geral, os estudos realizados respondem ao objetivo desta pesquisa, ao colocar em evidência as práticas de RSE dos hotéis de Cancún. A análise revela que, para alcançar o tão desejado desenvolvimento sustentável, se requer a conjunção do crescimento econômico, a equidade social, o equilíbrio ecológico e a responsabilidade de todos os atores do setor turístico, mas o mais importante são as mudanças que se façam na forma de pensar, de fazer as coisas, de governar e de viver individualmente. Por tal motivo, as ações dos hotéis em seu cotidiano são somente o início de uma nova cultura empresarial voltada para a sustentabilidade. As empresas devem superar a etapa de somente cumprir a legislação para passar para a etapa de integração de variáveis econômicas, sociais e ecológicas, em seus processos, produtos e serviços, de tal forma que possam decidir de maneira voluntária sobre a contribuição que desejam dar para a construção de uma sociedade melhor e um ambiente mais limpo.

Referências bibliográficas

ARGANDOÑA, A. The stakeholder theory and the common good. *Journal of Business Ethics*. v.17, n.9, p.1093-1102,1998.

BRINE, M.; BROWN, R.; HACKETT, G. Corporate social responsibility and financial performance in the Australian context. *Economic Round-up*, Autumn, p.47-58, 2007.

BUCHHOLZ, R. A. The natural environment: Does it count? *Academy of Management Executive*. v.18, n.2, p.130-133, 2004.

CAPRON, M. *Èconomie Éthique Privée*: La responsabilité des entreprises à l'épreuve de l'humanisation de la mondialisation. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. 2003.

CARROLL, A. B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, v.43, n.4, p.39-48, 1991.

CASTELO, M.; LIMA, L. Positioning Stakeholder Theory within the Debate on Corporate Social Responsibility. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization* (EJBO). *Studies*, v.12, n.1, p.5-15, 2007

CENTRO MEXICANO DE FILANTROPÍA, A.C. (CEMEFI). *Fundamentos para la Empresa Socialmente Responsable*. México: CEMEFI, 2008.

CHAMHURI, S; SITI, H. *A Study on Corporate Social Responsibility Practices amongst Business Organisations in Malaysia*. (LESTARI). Malaysia: Universiti Kebangsaan, 2008

CRESWELL, J.W.; PLANO CLARK, V. L. *Designing and conducting mixed methods research.* USA: SAGE Publications, Inc. 2007.

TURISMO RESPONSABLE. Declaración de Buenos Aires, Argentina. 2008. Disponível em: www.turismo-responsable.net>

DONALDSON, T. *Corporations and morality.* Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall, 1983.

DONALDSON, T.; PRESTON, L. E. The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *Academy of Management Review*, v.20, n.1, p.65-91, 1995.

EDWARDS, T.; MARGINSON, P.; EDWARDS, A.; FERNER, O. *Corporate social responsibility in multinational companies:* Management initiatives or negotiated agreements? Switzerland: International Labour Organization, 2007.

ENDERLE, G. Competencia Internacional y responsabilidad corporativa de pequeñas y medianas empresas. *Business Ethics*: A European Review, v.13, n.1, p.51-63.

FERNÁNDEZ DE LARA, A. E. Cancún. Las contradicciones socio-ambientales de un desarrollo turístico integralmente planeado: 1970-2000. *In*: MACÍAS, C.; PÉREZ, R. (Comps.). *Cancún:* Los avatares de una marca turística global. p. 163-224. México: Universidad de Quintana Roo-CONACyT, p. 163-224, 2009.

FERRETE, C. *La ética ecológica como ética aplicada*. Un enfoque desde la ética discursiva. Tesis doctoral. Universitat Jaume I de Castellón. 2005.

FREEMAN, R.E. The politics of stakeholder theory: some future directions. *Business Ethics Quarterly*, v.4, n.4, p.409-421, 1994.

FRENCH, W. Desarrollo Organizacional. 5. Ed. México: Prentice Hall, 1996.

GREENPEACE. Los nuevos conquistadores. Multinacionales españolas en América Latina. Barcelona: Greenpeace, 2009.

Husted, B. W.; Allen, D. B. Is it ethical to use ethics as strategy? *Journal of Business Ethics*, v.27, n.1, p. 21-31, 2000.

JACOBS, M. The Environment as Stakeholder. *Business Strategy Review*, v.6, n.2, p.25-28,1997.

JIMÉNEZ, A. *Cadenas Hoteleras, estrategias y territorio en el Caribe Mexicano*. México: Universidad del Caribe-Porrúa, 2010.

LIZANO, J. L.; MONEVA, J. M. Marco conceptual de la responsabilidad social corprativa. 68. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.

LLUL, A. Contabilidad medioambiental y desarrollo sostenible en el sector turístico. 2003. Tesis doctoral de Govern de Les Illes Balears, España, 2003.

LOZANO, J. *Ética y empresa*. Madrid: Ed. Trota, 1999.

MAIGNAN, I. Consumers' perceptions of corporate social responsibilities: A crosscultural comparison. *Journal of Business Ethics*, v.30, n.1, p.57-72

MARÍN, J.; RUBIO, A. La responsabilidad social corporativa como determinante del éxito competitivo: un análisis empírico. *Revista Europea de Dirección y Economía de la empresa*, v.17, n.3, p.27-42, 2008.

MCWILLIAMS, A.; SIEGEL, D.S.; WRIGHT, P.M. Corporate social responsibility: Strategic implications (editorial). *Journal of Management Studies*, v.43, n.1, p.1-18, 2006.

MERCADO, P.; GARCÍA, P. La responsabilidad social en empresas del Valle de Toluca (México). Un estudio exploratorio. *Estudios Gerenciales*, v.23, n.102, p.119-135, 2007.

MITCHELL, R.K.; AGLE, B.R. ; WOOD, D.J. Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *The Academy of Management Review*, v.2, n.4, p.853-886, 1997.

ORLITZKY, M. Corporate Social Performance and Financial Performance: A Research Synthesis. *In:* CRANE, A.; MCWILLIAMS, A.; MATTEN, D.; MOON, J.; SIEGEL, D. (Eds.). *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. Oxford: Oxford University Press, 2008, p.113–136.

PHILLIPS, R. A.; REICHART, J. The environment as a stakeholder? A fairnessbased approach. *Journal of Business Ethics*, v. 23, n.2, p.185-197, 2000.

PORTER, M.; KRAMER, M. The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*, v.80, n.12, p.56-68, 2002.

PRESTON, L. E.; SAPIENZA, H. J.; MILLER, R. D. Stakeholders, shareholders, managers: Who gains what from corporate performance? *In*: Etzioni, A.; Lawrence, P.R. (Eds.). *Socio-economics*: Toward a new synthesis. Armonk, NY: M. E. Sharpe, p.149-65.

SECRETARÍA DE TURISMO (SECTUR). *Informe de labors*. México: SECTUR, 2012.

SECRETARÍA DE TURISMO (SECTUR). Informe de labores, 5. México: SECTUR, 2011.

SORS, A. I. *Monitoreo y evaluación del impacto ambiental*. Centro panamericano de Ecología Humana y Salud Ambiental. Organización Panamericana de la Salud-Organización Mundial de la Salud.1987.

VARGAS, E.E.; ZIZUMBO, L.; VIESCA, F. C.; SERRANO, R. DEL C. Gestión ambiental en el sector turístico mexicano. Efectos de la regulación en el desempeño hotelero. *Cuadernos de Administración*, v.24, n.42, p.183-204, 2011.

VICENTE, A.; RUIZ, M.; TAMAYO, U.; BALDERAS, A. *Compatibilidad entre responsabilidad social corporativa y competitividad*: estado de la cuestión en el ámbito internacional. Instituto de Economía Aplicada a la Empresa UPV/EHU, Universidad del País Vasco. 2004.

WALDMAN, D. A.; SIEGEL, D. S.; JAVIDAN, M. Components of CEO transformational leadership and corporate social responsibility. *Journal of Management Studies*, v.43, n.8, p.1703-1725, 2006.

WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT (WBCSD). Corporate Social Reponsibility (CSR), 1998. Disponívem em: <http://www.wbcsd.ch>

ZU, L.; SONG, L. Determinants of Managerial Values on Corporate Social Responsibility: Evidence from China. *Discussion Paper Series*, n.3449, United Kingdom, 2008.

CAPÍTULO 10

PRÁTICAS ENDÓGENAS DO ECOTURISMO EM ACULCO, MÉXICO, COM BASE NA VALORIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL DE SUAS FAZENDAS

Marcelino Castillo Nechar
Guillermo Miranda Román
Marisol Orozco Guerrero
Laura Eugenia Tovar Bustamante

Introdução

No México, desde 1990, a atividade turística vem apresentando muita diversificação em sua oferta. O chamado turismo convencional – sol e praia – vem tendo sua relevância diminuída, dando espaço a outras tipologias, como o denominado turismo alternativo, que inclui, entre outras atividades, o ecoturismo, o turismo de aventura e o turismo rural. Deste último, especialmente, deriva o agroturismo, prática que tem recebido pouca atenção das autoridades do setor. Embora tenham sido desenhados programas para que os visitantes tenham acesso a esses espaços, visitando fazendas para observar o modo de vida dos campesinos e suas múltiplas manifestações culturais tangíveis e intangíveis, o desenvolvimento da atividade, como tal, ainda se dá de maneira obsoleta.

Desde o início do ano 2000, no México, vem-se dando especial atenção às fazendas, vestígios de unidades produtivas, ao realizarem-se estudos arquitetônicos com o fim de dar a elas nova função, como serviços de hospedagem, balneários, restaurantes ou espaços dedicados a eventos sociais (SECTUR, 2001). Os estudos relacionados ao tema das fazendas sempre estiveram orientados para questões econômicas, sociológicas ou

antropológicas, no entanto, um interesse cada vez mais relevante volta-se para o patrimônio cultural e seus acervos, para aproveitá-los integralmente, com a participação dos habitantes. No país, as fazendas representaram um importante núcleo de atividade social e comercial.

O uso e habitabilidade das fazendas, como unidades de produção agrícola-campesina, deu origem a conjuntos de patrimônio cultural tangível e intangível. Como obra tangível, emergem instalações, áreas e edificações dedicadas ao trabalho e à moradia, as ferramentas e equipamento agropecuário, diversos utensílios domésticos, entre outros objetos que possibilitaram o desenvolvimento econômico e social dessas unidades produtivas.

No que diz respeito ao intangível, que ainda está vigente e influencia a forma de vida dos campesinos, destacam-se as atividades religiosas, a língua, a gastronomia, as obras de arte, assim como dança, música, rituais, lendas, costumes, modos de vida e organização para o trabalho agrícola.

Ambos os aspectos do patrimônio, tangível e intangível, podem ser revalorizados e aproveitados como atrativos turísticos, servindo de acervo em museus e salas de exposições nas fazendas, para uso e desfrute dos turistas que as visitam ou nelas se hospedam, constituindo um potencial socioeconômico e agroturístico a ser explorado, nos espaços onde se localizam. Esse é o caso das fazendas do município de Aculco, no Estado do México, que são dignas de serem conhecidas pelos visitantes que chegam a esse lugar.

O presente documento trata das fazendas do município de Aculco, como patrimônio cultural, trazendo propostas de práticas endógenas que permitem o resgate de tradições e costumes dos habitantes, assim como o desfrute por parte do visitante. Além disso, a ideia é que as fazendas se integrem aos habitantes por meio do desenho dos produtos, atividades e serviços turísticos; ao setor público, em termos de planejamento, política e difusão; e aos pequenos e médios produtores de alimentos típicos, pelo objetivo de inaugurar um modelo agroturístico que incentive o desenvolvimento endógeno no município.

Turismo rural, agroturismo, fazendas e patrimônio

O turismo é uma das atividades socioeconômicas mais importantes, em nível mundial. No ano de 2011, gerou 980 milhões de chegadas internacionais nos distintos destinos turísticos do mundo, respondendo diretamente por 5% do PIB mundial, por 6% das exportações totais e pelo emprego de uma em cada 12 pessoas, tanto nas economias avançadas como nas emergentes (OMT, 2012). A Secretaria de Turismo (SECTUR) reportou que, em 2010, o México ocupou o 10º lugar entre os países mais visitados, posicionando-se o turismo como a terceira atividade econômica de mais importância no país, com uma participação de 9% no PIB, gerando 7,5 milhões de empregos diretos e indiretos (SECTUR, 2011). Em 2014, o México permaneceu no 10º lugar em chegadas de turistas internacionais e no 22º lugar em ingresso de divisas pelo turismo internacional (SiiMT, 2015).

Por seu lado, o turismo rural é considerado importante alternativa para a realização de projetos que deem impulso ao desenvolvimento das comunidades locais. A Organização Mundial do Turismo (OMT, 2002), em sua publicação "Turismo: Panorama 2020, previsões mundiais e perfis dos segmentos de mercado", considera que esse mercado tem um grande potencial. Embora seja difícil estimar a sua dimensão em termos de chegadas internacionais, calcula-se que os 3% de turistas internacionais orientam suas viagens para esse tipo de turismo; hoje em dia, o turismo rural está experimentando um crescimento de aproximadamente 6%, ou seja, alguns pontos percentuais acima da taxa média de crescimento do turismo mundial.

A diversificação da atividade turística hoje compreende múltiplas modalidades, quais sejam: o turismo convencional de sol e praia, de negócios, social, cinergético, de saúde, turismo cultural, de natureza, entre outros. O turismo de natureza caiu, nos últimos anos, no gosto dos visitantes, graças à tendência dos turistas de consumo de produtos cada vez mais amigáveis e de baixo impacto. No México, define-se o turismo de natureza como "[...] as viagens que têm como objetivo realizar atividades recreativas em contato direto com a natureza e as expressões culturais que o envolvem, com uma atitude e compromisso de conhecer, respeitar, desfrutar e participar na conservação dos recursos naturais e culturais" (SECTUR, 2007, p. 475).

A Secretaria de Turismo classifica o turismo de natureza em três segmentos: ecológico, de aventura e turismo rural. Este último é considerado uma alternativa para fomentar o desenvolvimento local em zonas rurais, sejam elas campesinas, de gado, dedicadas a atividades artesanais ou em comunidades indígenas. O turismo rural caracteriza-se por "[...] viagens que têm como objetivo promover atividades de convivência e interação com uma comunidade rural, com todas aquelas expressões sociais, culturais e produtivas" (SECTUR, 2007, p.475). Nesse segmento, encontram-se diversas atividades, como o etnoturismo, a participação na elaboração de artesanato, vivências em tradições locais, oficinas gastronômicas, esportes de rodeio e agroturismo, entre outras.

O agroturismo, como parte do turismo rural, tem como base os princípios da sustentabilidade, considerados pela Comissão para a Cooperação Ambiental (CCA, 2000). Uma das linhas conceituais a respeito do tema diz que o agroturismo

> [...] atende às necessidades dos turistas e às regiões anfitriãs, ao mesmo tempo que preserva e fomenta oportunidades para o futuro. No início, gerencia os recursos, de forma que as atividades econômicas, sociais e estéticas podem satisfazer-se sem deixar de conservar a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os sistemas de suporte de vida (BARRAGÁN, 1997, p.157).

De acordo com o assinalado, o ecoturismo – dentro do modelo de sustentabilidade – não deve ser a atividade principal dos agricultores, mas uma alternativa que incremente a renda das famílias. Nesse sentido, o agroturismo continua se especializando e assume um papel cada vez mais destacado, em nível mundial.

No México, o agroturismo é entendido como

> [...] a modalidade turística nas áreas agropecuárias, com o aproveitamento de um meio ambiente rural, ocupado por uma sociedade campesina, que não apenas expõe e compartilha suas idiossincrasias e técnicas agrícolas, mas

> também conserva seu entorno natural, as manifestações culturais e socioprodutivas, por meio das quais se busca fazer com que a atividade represente uma alternativa para garantir que o campesino se beneficie com a expansão de sua atividade econômica, diante da combinação da agricultura e do turismo (SECTUR, 2007, p. 476).

O interior significa que os habitantes do meio rural não apenas oferecem sua cultura, mas também espaços naturais para o descanso e a recreação, além de oferecer ao visitante a possibilidade de conhecer aspectos da cultura local, aprender sobre práticas tradicionais de cultivos, colheitas e processamento de produtos agropecuários, artesanais, florestais e pesqueiros.

O agroturismo tende a ser uma atividade com enorme potencial na busca de opções de diversificação das atividades agropecuárias e agroindustriais, mesmo com uma participação ainda pequena nesse contexto. Exemplo disso são os 2% de participação registrados na Europa (RIVEROS; BLANCO, 2003, p. 6). Não obstante, esse tipo de turismo converteu-se em uma das atividades estratégicas mais importantes das instituições públicas para desenvolvimento das comunidades de áreas rurais.

O agroturismo é considerado também um fator importante para revalorização do conceito de território, pois mostra com clareza a multidimensionalidade do desenvolvimento com enfoque territorial, em diferentes âmbitos: dimensão econômica e social e a dimensão político-institucional (RIVEROS; BLANCO, 2003). Esse tipo de turismo é um exemplo para dinamizar os espaços rurais para além da concepção setorial das atividades agrícolas convencionais, além de gerar Emprego Rural Não-Agrícola (ERNA) e Renda Rural Não-Agrícola (RRNA).

No México, são muitos os espaços rurais em condições de abandono ocasionado pela crise no campo, como é o caso das fazendas. Particularmente, o legado dessas fazendas gerou não somente um significativo desenvolvimento econômico no México, mas também uma conformação de bens produtivos que cristalizaram um verdadeiro acervo patrimonial – tangível e intangível – que identifica culturalmente a vida de comunidades vizinhas a elas.

Certos testemunhos indicam que "as fazendas passaram por um processo histórico de três séculos que as levou do esplendor até fatos violentos que culminaram na década de 1930 com a reforma agrária, em alguns casos estiveram fadadas ao abandono e, em outros à destruição" (RENDÓN; GARCINI, 2009, p.44). Atualmente, algumas fazendas do país têm sido aproveitadas para a atividade turística, destinando suas instalações a oferecer serviço de alimentos, hospedagem e museus.

Em matéria de agroturismo, um dos esforços reconhecidos em nível nacional e internacional foi a reabilitação de sedes de fazendas por meio do programa "Fazendas e Casas Rurais do México". Esse projeto surgiu durante os seis anos de gestão de Vicente Foz, no Programa Nacional de Turismo 2001-2006, com a finalidade de gerar e fomentar o resgate e a consolidação da hospedagem turística em imóveis com valor histórico, artístico e popular e, assim, enriquecer o produto turístico nacional, promovendo maiores fluxos de visitantes, a diversificação de oferta de serviços, o benefício social e a rentabilidade dos investimentos (SECTUR, 2001, p.166).

A Secretaria de Turismo considera as fazendas e casas rurais como empresas, cujos imóveis com valor histórico ou cultural poderão destinar-se à hospedagem de alta qualidade ao contar com atrativos específicos, próximos de um produto turístico posicionado, formando parte de um circuito turístico. As pretensões do programa faziam referência ao desenvolvimento social e econômico de comunidades locais, à criação de empregos e ao incremento do fluxo e do gasto turístico. Da mesma forma, referiam-se ao desenvolvimento sustentável, à diversificação de atividades econômicas e à oferta turística, por meio da participação dos donos dos imóveis, das empresas operadoras, das comunidades e dos organismos associados aos três níveis de governo.

Nesse programa, havia planos específicos para alcançar os objetivos propostos, os quais consistiam em: recuperar o imóvel e financiar, operar e comercializar os serviços das fazendas e das casas rurais. Para complementar a oferta, estabeleceram-se as seguintes metas: incentivar a participação dos operadores hoteleiros de Fazendas e Casas Rurais e fazer que as Fazendas e Casas Rurais tornem-se sinônimos de qualidade e serviço, assim como fomentar a operação de estabelecimentos de hospedagem especializados, para

fazer que o México seja reconhecido por oferecer esse produto (SECTUR, 2001, p.166).

No programa "Fazendas e Casas Rurais do México", aplicou-se em diversas entidades do país. No Estado do México, somente se beneficiaram fazendas como a de San Miguel Ometusco, localizada em Otumba; as de San Andrés Teticpan e La Retana, localizadas em Ayapango; Fazenda Panoaaya, em Amacameca, e San José Salinas, em San Juan Teotihuacán, que oferecem serviços de hospedagem, alimentos, spa ou eventos especiais. Outras fazendas vinculadas à entidade ficaram fora do programa, apesar de contar com potencial para serem aproveitadas turisticamente.

As fazendas tiveram um destacado papel na organização para a produção agropecuária, tradições, costumes, comportamentos culturais e na vida cotidiana das populações que as possuíam. Boortein comenta que

> [...] as fazendas no México eram algo mais que um conjunto de construções e uma grande extensão de terra: eram uma forma de vida. Não só organizavam a produção do mercado, mas também unificavam os diferentes elementos do campo. Além de ser um centro de atividades econômicas, as fazendas formavam o núcleo da vida social de todas as classes; seus proprietários e administradores frequentemente exerciam um substancial poder político. No México, existiam poucas áreas da vida que não giravam ao redor do sistema de fazendas (BOORTEIN, 1976, p. 13).

No Estado do México, a dinâmica socioeconômica em torno das fazendas com presença nacional foi relevante, como no caso da "La Gavia", em Almoloya de Juáres; da Molino del Rey, em Texcoco; da Fazenda de "Santa Mónica", localizada em Tlalnepantla, ou da Arroyo Zarco, em Aculco. Atualmente, faz-se necessário realizar inventários dos acervos do patrimônio cultural nas fazendas, assim com recuperá-las e restaurá-las com a finalidade de estabelecer propostas para seu aproveitamento integral e para o desenvolvimento endógeno.

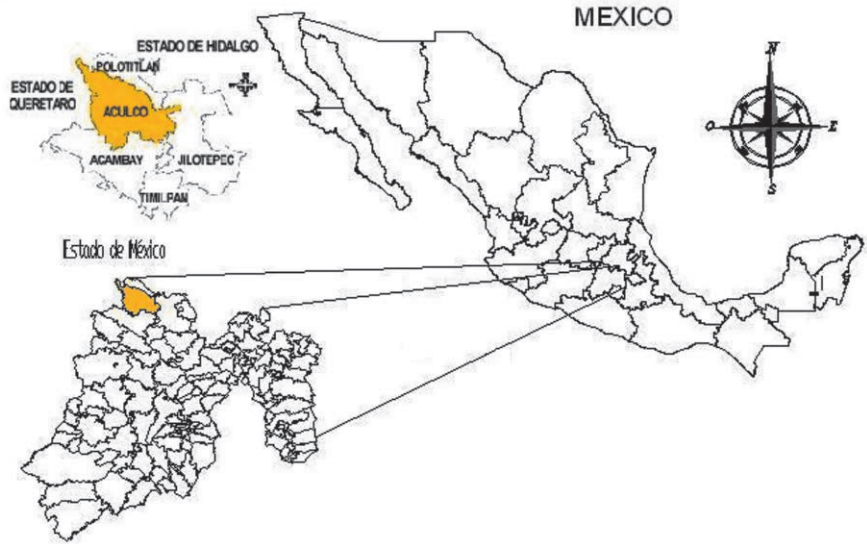
Dado o panorama anterior, surgem algumas perguntas em torno do aproveitamento das fazendas do município de Aculco, tais como: É viável a

criação de programas para reconverter essas unidades de produção agropecuária em uma alternativa ecoturística endógena? Seus elementos culturais não utilizados nas atividades agropecuárias podem ser reaproveitados na implementação de programas de agroturismo?

A atividade turística no municipio de Aculco

O município de Aculco de Espinoza, que se encontra ao norte do Estado do México (Mapa 1), a cerca de 160 quilômetros da Cidade do México, foi fundado em aproximadamente 1110 a.C. pelos otomis. Seu nome provém da língua náhuatl. Etimologicamente, compõe-se de Atl (água), cóltic (torcido) e co (em), significando "na água torcida", isto é, onde o leito de um rio dá voltas muito pronunciadas. Entretanto, outra acepção indica que a palavra Aculco significa "no lugar em que torce a água". De acordo com a tradução da palavra em otomi, tem-se "duas águas", já que no ponto do leito do rio em que há curvas, há no subsolo dois tipos de água, a doce e a salgada. A região foi dominada pelos mexicanos muitos anos antes da fundação de Tenochtitlán.

Mapa 1: Localização do Município de Aculco no Estado de México e República Mexicana.



Fonte: Elaboração própria, com dados do Ayuntamiento de Aculco (2009)

Depois da conquista espanhola, construíram-se a paróquia e o convento de San Jerónimo, em 1540, cuja arquitetura é do tipo barroco (INAFED, 2010). Aculco teve um importante papel durante a colônia e sua posição geográfica o coloca na *Ruta Camino Real de Tierra Adentro*[1], mais conhecido como *Camino de la Plata*, um dos mais importantes de então (Mapa 2).

Mapa 2: Camino Real Tierra Adentro.

Fonte: Elaboração própria, a partir de imagens extraídas de vinostierraadentr.com.mx.

1 Itinerário cultural, considerado o caminho mais extenso e antigo traçado pelos espanhóis no continente americano durante o século XVI. Esse eixo facilitou o intercâmbio comercial, o transporte de mineral bruto e processado e o avanço da conquista do norte do México (Ayuntamiento de Aculco, 2007).

Ao largo desse Camino (desde a Cidade do México até Santa Fé, nos EUA) e durante mais de 300 anos, registrou-se o intercâmbio de elementos culturais de uma população para outra, como a linguagem, a medicina, a música, sistemas de irrigação, gastronomia ou tecnologias. A maior quantidade de prata exportada da Nova Espanha, entre 1561 e 1630, foi extraída das jazidas de Zacatecas e Guanajuato. Essa riqueza argentífera constituiu o fator decisivo para a colonização do norte mexicano. Portanto, a prosperidade das povoações, das vilas, das cidades e das fazendas localizadas às margens do Camino Real é devida à grande utilidade da atividade de mineração (INAH, 2010).

A cidade de Aculco ainda conserva traços característicos da arquitetura tradicional de pedreira cinza e rosa e ruas de pedra. Por conta do patrimônio cultural que possui, o lugar foi nomeado *Povoado com Encanto do Bicentenário*[2]. Além disso, foi incluído no projeto apresentado à UNESCO, dentro do qual recebeu o título de Patrimônio Cultural da Humanidade em 2010, pelo *Roteiro Camino Real de Tierra Adentro*, na modalidade itinerário cultural. Nesse roteiro, destacava-se a fazenda de Arroyo Zarco, que desenvolvia atividades agropecuárias e, ao mesmo tempo, oferecia serviços de hospedagem e alimentação em sua estalagem, construída para oferecer este tipo de serviço aos transeuntes do *Camino Real*, muitos deles personagens da história do México, que marcaram a dinâmica econômica da região.

O município de Aculco tem duas características importantes para o turismo: sua história e sua geografia. Ambos os elementos proporcionam grande riqueza patrimonial, baseada em recursos arqueológicos, arquitetônicos, bosques, montanhas, cascatas, barragens, assim como fatos históricos de relevância nacional, tradições, costumes e gastronomia típica.

---

2 O *Povoado com Encanto do Bicentenário* é um programa cujo objetivo é reconhecer as localidades que souberam preservar sua autenticidade e características pitorescas, com o melhoramento e resgate da imagem urbana, valorizando os atrativos turísticos e a riqueza cultural, com o propósito de incrementar o fluxo de turistas, assim como de melhorar as condições de vida e fomentar o crescimento.

O município conta com diversos atrativos turísticos, como a Casa de Hidalgo, que alojou Miguel Hidalgo em sua passagem pela Cidade do México, em novembro de 1820, ou a Paróquia e antigo Convento de San Jerónimo, cuja construção, feita pelos franciscanos em um estilo herdado do Medieval europeu, data de 1540 a 1674 (AYUNTAMIENTO DE ACULCO, 1997).

Em outra etapa de construção do antigo Convento, levantou-se a paróquia, no estilo barroco modificado chamado Tequitqui[3]. No interior do claustro, observa-se um relógio de sol, e, no templo, um óleo da Virgem de Guadalupe, junto com a pintura "La Última Cena", de Miguel Carrera, feita em 1790. No quarto se observam óleos de San Antonio de Padua, a pintura de San Juan Nepomuceno e uma representação de um franciscano abraçando a Santa Cruz (AYUNTAMIENTO DE ACULCO, 1997).

Outros patrimônios arquitetônicos destacados no Plano Municipal de Desenvolvimento urbano 2006-2009 são: O Santuário do Senhor de Nenthé, pequeno santuário onde se venera a imagem do "Senhor da Água", a quem são atribuídos diversos milagres. As lavanderias públicas, as primeiras a oferecer esse tipo de serviço, conservam seu ar simples e sua funcionalidade, aqui brota o manancial "olho d´água", que nutre de água a piscina municipal, lugar ideal para praticar natação durante os períodos de férias. Algumas igrejas mantêm o esplendor dos séculos XVI e XVII (INAH, 1987). Quanto ao patrimônio natural, destaca-se:

- A Presa Ñadó (em otomí, 'cabeça de pedra'), com um bosque de 20 hectares: lugar adequado para a prática de atividades cotidianas no campo, passeios a cavalo e para desfrutar de comidas campestres;

3 O termo tequitqui significa "tributário". "É o produto mestiço que aparece na América quando os indígenas passam a representar as imagens de uma religião importada [...], está sujeita à superstição indígena. É uma poderosa mistura de estilos pertencentes a três épocas: românica, gótica e renascimento. É anacrônico, parece haver surgido fora do tempo, devido ao fato de o índio doutrinado pelos frades ou tutores vindos da Europa ter recebido como modelos estampas, desenhos, marfim, ricas telas bordadas, breviários, cruzes e mil outros objetos menores. Nem todos obedeciam a um mesmo estilo ou correspondiam à mesma época" (MORENO, 1948, p.115).

- As cascatas La Concepción e Tixhiñú, em meio à paisagem rochosa. La Concepción, com uma queda de mais de 25 metros de altura, corre sobre um arrecife de colunas basálticas e é ideal para a prática de esportes radicais, pois suas paredes formam um desenho perfeito para rapel e escalada em rocha. Tixhiñú tem uma caída de 15 metros de altura, sobre magníficas colunas de pedra basáltica.

Os recursos e patrimônio de Aculco contrastam com a falta de serviços e infraestrutura turística, o que tem freado o desenvolvimento da atividade turística. Isso é reconhecido no Plano Municipal de Desenvolvimento Urbano de Aculco, onde se menciona que: "O turismo, sendo uma atividade importante para a captação de receitas, não tem sido aproveitado por falta de estrutura para que se dê aos nossos visitantes a atenção adequada, a capacidade hoteleira não é suficiente para a hospedagem durante vários dias" (AYUNTAMIENTO DE ACULCO, 2006, p.89).

Dentro do Plano Municipal de Desenvolvimento Urbano de Aculco também se reconhece a importância de seus vestígios arquitetônicos: "uma alternativa viável podem ser as casas de hóspedes, onde famílias de Cabecera e das comunidades deem alojamento e alimentação ao turista, considerando higiene e afetuosidade no serviço oferecido; não existem restaurantes que ofereçam serviço completo" (AYUNTAMIENTO DE ACULCO, 2006, p.89).

Sem dúvida tal diagnóstico, até 2006, reflete a situação crítica de um espaço que aproveitava mal seu patrimônio e recursos, por falta de apoio. No entanto, até 2010, a Secretaria de Turismo do Governo do Estado do México registra que chegaram ao município 122.995 visitantes e turistas, sendo os lugares mais concorridos o campo de touradas "Garrido Varela", a Cascata de San Joaquín, o Salto de La Concepción, o Peña Ñadó, o Salto de San Martín, o Povoado de San Joaquín, a piscina pública, o centro de Aculco, a lavanderia, a Fazenda de Arroyo Zarco e as igrejas de San Pedro Denxhi, La Concepción, San Lucas, Toxhié, Povoado de San Antonio e de Santa Ana Matlavat (SECRETARÍA DE TURISMO DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO, 2010).

Algumas ações turísticas importantes para Aculco, em 2014, foram: promoção na revista México Desconocido, em um Guia Especial de Roteiros Turísticos do Estado do México, participação pela primeira vez no Tianguis Turístico Internacional, na cidade de Cancún, Quinta Roo, filmagem do filme de arte "YO", com benefícios econômicos para os comerciantes, hoteleiros e donos de restaurantes do município, participação na Feira Internacional de Turismo das Américas (FITA), na Cidade do México, gravação do comercial da GM – Desafio Sierra 2014, realização do Campeonato Metropolitano de Enduro, com a participação de 140 pilotos e desenvolvimento do Campeonado Metropolitano de Hard Scrambler, com a participação de 60 pilotos. Apenas na Semana Santa, registrou-se o afluxo de 28.000 visitantes ao município (H. AYUNTAMIENTO DE ACULCO, 2014, p.47-48).

Ainda assim, é notória a falta de serviços e produtos turísticos de qualidade, o que afeta o desenvolvimento local da atividade turística do município de Aculco. Os recursos naturais, sobreturo os culturais, atraem correntes turísticas regionais, o que torna indispensável o desenho de estratégias que atendam à problemática de maneira sustentável, além de fomentar o desenvolvimento endógeno das comunidades.

Valoração das fazendas de Aculco: base para um agroturismo de caráter endógeno

Entre os edifícios históricos do município de Aculco, destaca-se a existência de 14 antigas fazendas ou ranchos: dois têm elementos estéticos e arquitetônicos dos séculos XVIII e XIX , e os 12 restantes do século XIX (Mapa 3). No caso da fazenda de Arroyo Zarco, contavam-se 20 elementos arquitetônicos do século XVIII e XIX, na fazenda La Confradía, 14, na Santa Rosa e no Rancho Viejo, sete. A importância histórica e arquitetônica dessas fazendas é notória, mas muito maior é o impacto que tiveram na forma de vida dos povoados, o que se pode observar nas manifestações culturais das comunidades que estão localizadas nos arredores de suas sedes. Na sequência, fala-se sobre quatro das mais importantes dessas fazendas.

Mapa 3: Localização das fazendas Arroyo Zarco, La Cofradía, Dolores Ñadó e Rancho Viejo.

Fonte: Elaboração própria com dados do Ayuntamiento de Aculco (2009)

Fazenda Arroyo Zarco: Construção do século XVI, em que a casa principal formava um grande bloco retangular de aproximadamente 50 por 120 metros, orientado de norte a sul e localizado nas encostas de um outeiro que se eleva ao norte do edifício (LARA, 2003). O pátio principal era ladeado por um corredor de quatro arcos sobre pilastras sem capitel, ao lado do poente. Ao redor dele, estava o cubo do saguão, o escritório e vários quartos destinados a diversos usos.

No lado oeste da fazenda ficavam o galpão de manutenção e a oficina de cadeiras e, atrás destes, distribuídos nas duas laterais de um pequeno pátio, instalações tão diferentes como um galinheiro, o armazém de tequesquite[4] e dois calabouços. O extremo norte dessa ala estava ocupado pela nave da capela, por seu átrio e por um depósito de produtos agrícolas com dois galpões

4 O Tequesquite ou tequixquitl é uma espécie de sal mineral usada no México desde a época pré-hispânica para temperar alimentos (NT).

dispostos sobre colunas cilíndricas. Depois de passar por muitos donos, atualmente a fazenda pertence a uma associação de peregrinos de Querétaro, que utiliza suas instalações uma vez por ano. O lugar poderia ser recuperado para constituir um espaço cultural de importância para o município.

Outro aspecto relevante, talvez o mais significativo, é a localização da fazenda Arroyo Zarco, junto ao *Camino Real Tierra Adentro* (INAH, 2010). A fazenda Arroyo Zarco também é chamada de "Puerta de Tierrra Adentro", pois o povoado formou-se de seus limites para dentro e às margens da sede da fazenda.

Os vestígios da fazenda Arroyo Zarco são: a Capela de Nossa Senhora do Loreto, o edifício menos conservado da sede da fazenda, várias vezes reformada por técnicos especialistas do INAH. Essa capela é conhecida também como "fazenda jesuíta" e era parte do patrimônio do Fundo Piedoso das Califórnias (LARA, 2003). A capela ficou sob os cuidados do povoado de Arroyo Zarco, por conta dos constantes serviços religiosos de culto que lá acontecem. As festas do padroeiro mais importantes são as do Señor del Pasito e de Nossa Senhora do Loreto, que ocorrem, respectivamente, em outubro e em dezembro.

Outro edifício de grande valor e significado histórico, por conta de seu estilo neoclássico – com vestígios do estilo mudéjar – é o Hotel-Mesón, construído entre 1786 e 1791. Atualmente, as instalações estão sob a administração da Comissão Nacional da Água e da SEDAGRO, mas, ainda assim, a umidade e o descuido fizeram que alguns dos aposentos do edifício fossem interditados.

O Hotel-Mesón conserva elementos arquitetônicos e acervo cultural de particular importância: pinturas do século XVIII, a Puerta Principal de Mesón, o pátio principal, a cisterna, fontes, relógio de sol, a ponte Arroyo Zarco, o registro de personagens ilustres que passaram pelo local (Guillermo Prieto, Humboldt, Juárez, assim como Maximiliano e Carlota). Por conta dos sucessos registrados na fazenda Arroyo Zarco, surgiram diversas lendas, como a lenda das carpideiras, entre outras.

Fazenda La Cofradía: Há, na fazenda, uma capela que é alugada para celebrações religiosas, como casamentos e batizados, e os jardins também

são alugados para festas e reuniões sociais. Merecem destaque a casa grande, as áreas para estocagem e beneficiamento de grãos, os currais para gado, os alojamentos dos trabalhadores e alguns porões.

Esses espaços têm funções diversas, em alguns casos diferentes da função original. Por exemplo, as antigas habitações destinadas aos trabalhadores temporários estão sendo remodeladas para serviços de hospedagem aos clientes que comprarem pacotes de casamentos. Os jardins da fazenda La Cofradía estão preparados para receber eventos de grande porte, como feiras gastronômicas, festivais artísticos e culturais e congressos, entre outros.

Lara Bayón (2009) menciona que a fazenda La Cofradía possui oito murais do pintor Ernesto Icaza, que mostram cenas da vida rural e das fazendas de Aculco. Esses murais fazem referência a cenas do campo, tais como o trabalho do boiadeiro de juntar e de marcar o gado, as chamadas 'suertes charras' (competições com gado de várias espécies), festas e música nas fazendas, lendas sobre bandidos que assaltavam o Camino Real, entre outros temas que o pintor retrata em suas obras.

Entre os objetos, encontram-se: a carruagem das bodas de Francisco I Madero e Sara Pérez, filha do primeiro dono da fazenda Don Macario Pérez, e o muro da capela da sede da fazenda, onde está encravada uma pedra com a legenda "Aqui celebrando a missa", sobre a suposta cerimônia em que Miguel Hidalgo celebrou a eucarística às vésperas da Batalha de Aculco, em 7 de novembro de 2810, embora esse seja um fato não comprovado.

A combinação de trilhas, a lagoa, a fazenda, a comunidade e as áreas de plantação fazem que os caminhos ao redor da Cofradía sejam atrativos para quem gosta de caminhar. Pode-se, além disso, observar aves migratórias de diferentes espécies, assim como uma paisagem rural, já que a fazenda está rodeada pela comunidade de Gunyó, cujas atividades principais são a produção de leite e a fabricação de queijos.

Hacienda Dolores Ñadó: É um imóvel com pedra de cantaria branca, com arcadas de cantaria na fachada principal, originário do final do século XIX e início do século XX. Da propriedade, têm-se registros de que existe desde o fim do século XVIII e que foi uma importante área produtora de

carvão vegetal, chegando a ter vias férreas para transportar seu produto até cidades como Querétaro (SOLANO, 2011).

Os serviços religiosos, missas dominicais, batizados ou casamentos dos habitantes da fazenda eram realizados na sede (RENDÓN, 2009). A fazenda Ñadó não contava com uma capela, tal como a maioria das fazendas do país, embora tivesse um espaço que servia para atos religiosos. Atualmente celebram-se esses atos em um espaço que, no passado, era usado como sala de refeições familiares, que ainda conserva muitos dos seus traços arquitetônicos originais.

A fazenda Ñadó ainda conserva muitas áreas relacionadas com o abastecimento de alimentos para a propriedade, como a padaria ou a queijaria. Essas instalações foram recentemente remodeladas, embora ainda não estejam em uso. Cabe assinalar que as estrebarias originais foram construídas com cantaria branca ou cinza, elementos que permitiram que fossem adaptadas para prestação de serviços de hospedagem.

Em Ñadó foi construído um aqueduto para irrigação agrícola, entre 1912 e 1915, embora, por seu aspecto, possa parecer que seja anterior a esse período. O aqueduto é formado por 27 arcos de médio ponto com um vão livre de 3,5 metros, estrutura que dá sustentação a um canal de 90 centímetros de largura. Atualmente, ainda é possível observar grande parte da construção, pois continua levando o líquido vital às comunidades próximas da fazenda.

Próximos à fazenda estão diversos recursos naturais que fomentam o desenvolvimento endógeno, tais como:

- Colina de Ñadó: que pode ser escalada a pé.
- Rio Ñadó: apto para realizar acampamentos e atividades ao ar libre.
- Cascata Tixhiñú: possui paredes verticais de basalto de uns 30 metros de altura para escalada.
- Mirante Natural: de onde se observam vales, a colina Ñadó e o rio, entre outras paisagens.
- Arredores da fazenda: há muitas trilhas próprias para caminhadas e conhecimento da flora e da fauna do lugar.

Fazenda Rancho Viejo: Sua casa principal, construída com cantaria de tepetate, tem características que a diferenciam de outras fazendas próximas, como Ñadó e El Jazmín. Trata-se de um edifício compacto, com duas casas geminadas, que se erguem ao pé de uma colina que fica perto do extremo sul da Represa de Ñadó.

Rancho Viejo conserva a sede, ainda que existam diversos recursos naturais associados à unidade produtiva, que a comunidade conhece, mas que, no entanto, ainda não foram aproveitados como atividades turísticas. Alguns desses atrativos são:

- O Baño: Abóbada natural dentro da qual surge um manancial de águas termais e lugar onde as mulheres ricas das fazendas iam tomar banho, por isso conhecida como "banho dos fazendados".
- Parque estatal "Bosque del buen Oso": Grande extensão de bosque de pinheiros e carvalhos, entre Acambay e Aculco, onde se encontram numerosos rincões para desfrutar a natureza, incluindo uma importante área de influência turística artesanal (Aculco, cabeceira municipal e cascata Tixhiñú) (INE, 2009).

Com relação ao patrimônio intangível do município, associado às fazendas, destaca-se:

O combate: Festa agrícola tradicional nas fazendas, que depois passa a ser realizada nas comunidades. Acontece na época da colheita e várias famílias se reúnem e compartilham uma refeição chamada "o combate do mole (molho)". Essa tradição é celebrada nas ocasiões em que os donos das parcelas agrícolas, milpas[5] ou ranchos semeados, tendo terminado de colher sua safra (aproximadamente entre os meses de outubro e dezembro) e obtido uma boa colheita, têm que cozinhar o 'mole' e distribuí-lo a todos que colaboraram, a todos que ajudaram, seguindo o princípio de que "a comida

5 A *milpa* é um sistema tradicional de plantio que se pratica no México e que consiste em plantar, na mesma área, milho, abóbora, feijão e outros gêneros, sem comprar sementes, mas usando-se as separadas na própria colheita (NT).

se dá no dia em que se finaliza a colheita e se encerra o trabalho" (VILLAFUERTE, 2002, p.55).

Milpas: o nome é derivado do náhuatl *milli*, que significa "parcela de terra semeada", e do termo *pan*, acrescido de *en*, que quer dizer "o que semeia em cima da parcela". Muitas vezes se pensa que 'milpa' é sinônimo de milho, mas embora esse cereal seja a base sobre a qual se dá a atividade agrícola chamada 'milpa', trata-se na verdade de um sistema de produção que reúne várias espécies e que se mostra muito importante em diferentes épocas do ano. Esse tipo de cultivo impacta na organização social, uma vez que envolve a todos nas atividades de semeadura e de manejo (DE LA PEÑA, 2010).

Como se sabe, a agricultura, na maior parte do território nacional mexicano, tem custos elevados, envolvidos na produção, e rende pouco, razão pela qual são poucos os agricultores que mantêm a atividade como negócio.

Rebanho de gado bovino: O município conta com 36 comunidades cuja principal atividade econômica é a produção de leite advinda de pequenos rebanhos (CASTAÑEDA et al., 2008). A produção é utilizada na fabricação artesanal de queijos e outros derivados, reconhecidos nacionalmente. O fato de contar com gado bovino permite às famílias aumentar a renda familiar, mas, por conta das secas, do aumento do custo dos fertilizantes e da alimentação para o gado, além da concorrência desleal, a atividade tem sido substituída ou abandonada, em algumas comunidades.

Oficinas de produção de queijo: Em Aculco, de fato sobressai a produção de lácteos e não é difícil encontrar anúncios em outros lugares difundindo os queijos do município. A atividade é artesanal, em oficinas instaladas geralmente em casas de família, com todos os integrantes participando do processo, que vai desde a coleta do leite até o embalo e entrega do produto final. Ainda que não haja regulamentações que permitam supervisão no que diz respeito à qualidade, sabe-se que, em cada família, há um saber herdado de geração a geração.

Vaquejada: Em Aculco a tradição da vaquejada é muito arraigada. O vestuário, tanto de homens como de mulheres, é muito chamativo. O traje típico pode ser apreciado principalmente nas festas cívicas e religiosas de cada localidade do município (VILLAFUERTE, 2002). Existem várias equipes que participam de competições organizadas na região e também em nível estadual e nacional. Uma das festas mais representativas do município é a de 25 de dezembro, na colina do Arroyo Zarco, onde ainda se conserva a área destinada à competição.

Práticas endógenas para o agroturismo em Aculco

Para avaliar e identificar oportunidades de desenvolvimento endógeno nas quatro fazendas analisadas, foram examinados vários fatores, como abordagens críticas, pesquisas, entrevistas e observação direta dos principais atores sociais.

No que diz respeito aos habitantes, a fazenda com maior número de moradores é a La Cofradía, com 1850 residentes, seguida pela Arroyo Zarco, com 910, pela Dolores Ñadó, com 850 e pela Rancho Viejo, com 700 moradores. As atividades que prevalecem em torno das fazendas destacam, na La Cofradía, a produção agrícola, em menor escala, e os pequenos rebanhos de gado.

Em Arroyo Zarco, com maior índice de urbanização, podem-se observar alguns hectares de milho, cereais, hortaliças e frutas. Também predominam pequenos rebanhos de gado para produção de leite e elaboração artesanal de queijos tradicionais de Aculco. Ainda que Dolores Ñadó registre uma produção importante de milho, as atividades predominantes são a produção de queijos e derivados do leite e a produção de pedra branca, cinza e rosa.

Na Rancho Viejo, apesar de a comunidade estar em área protegida – o "Parque Estatal del Oso Bueno" – observa-se exploração florestal moderada e adequação de grandes terrenos para aproveitamento agrícola (milho, cereais, hortaliças e frutas para consumo próprio). No entanto, essa

atividade está sendo ameaçada pela migração da população local para os Estados Unidos da América.

Com relação a identidade e pertencimento, cerca de 70 a 80% dos moradores das fazendas em estudo reconhecem a importância e o significado de seus recursos. Em Ñadó e Arroyo Zarco, cerca de 50% têm ou tiveram familiares vinculados às fazendas e conhecem sua história, sua forma de vida, as atividades agrícolas que realizavam, a administração o patrimônio etc.

Atualmente, entre 70% e 90% já não guardam qualquer relação com as fazendas e sua atividade. No entanto, 80% da população consideram necessário promover mais intensamente os atrativos do município. Quanto ao convívio com o visitante, entre 50% e 55% dos habitantes locais disseram concordar com esse convívio. Ao serem questionados sobre sua participação em projetos de agroturismo (oferecer passeios a cavalo, caminhadas e trilhas, guiamento, venda de produtos típicos etc.) Arroyo Zarco registrou o maior percentual de pessoas dispostas a se envolver com os projetos.

Ao entrevistar os visitantes, registrou-se que o tipo de visitante que chega ao município tem entre 33 e 53 anos e viaja em grupos familiares procedentes de todo o vale do México, DF, Guerrero e Hidalgo. A maioria das pessoas chega em veículo próprio e geralmente dorme pelo menos uma noite, seja com familiares ou amigos seja em um hotel, comendo em barracas de vendas de comida ou em mercados. Na opinião dos entrevistados, a falta de serviços e produtos turísticos de qualidade, assim como de produtos específicos para famílias da região, acaba por afetar o crescimento da atividade turística. Apesar disso, os entrevistados disseram que os recursos naturais e, sobretudo, os culturais atraem fluxos turísticos regionais, além de fomentar o desenvolvimento endógeno das comunidades.

No que se refere aos produtores, a população total é de 44.823. Desse total, a População Economicamente Ativa, envolvida com atividades agrícolas, é de 34%. O equivalente a 20% realiza atividades industriais, 27% estão vinculados a serviços e o restante em atividades não definidas. Sobre o uso da terra, a superfície total é de 46.570 hectares, dos quais 45%

estão destinados à agricultura, sendo 20% de uso pecuário e 18,48% de uso florestal. Deste subtotal, 64% do território correspondem a bosques e o restante a superfície arbustiva. A área restante é de uso urbano ou atende a outros usos.

A atuação do setor público, no que tange ao turismo, embora se tenham estabelecido certos direcionamentos para promover a atividade, registra a necessidade de melhorar a infraestrutura relacionada ao acolhimento de visitantes. Algumas ações para o fomento do turismo dizem respeito ao apoio à atividade hoteleira com a participação de famílias da região de La Cabecera e das comunidades, para oferecer alojamento e alimentação ao turista, além de projetos e capacitação turística (afetuosidade e cordialidade no atendimento a visitantes), assim como programas de promoção turística do município.

Quanto ao aproveitamento do patrimônio, com destaque para sua riqueza e variedade, já se começou a destinar recursos econômicos para a adaptação desse conjunto, sua restauração, ajustamento e promoção, em prol do desenvolvimento endógeno. No caso dos donos das fazendas, eles orientam os processos de restauração e adaptações com seus próprios recursos financeiros, materiais e de conhecimento dos imóveis, assim como realizam a manutenção e recuperação das sedes, com alguma participação do pessoal especializado do Instituto Nacional de Antropologia e História (INAH).

As possibilidades de gerar sinergia entre os atores e o patrimônio envolvido são consideradas em conjunto, pois as quatro fazendas têm acervo cultural complementar ao do município, e tanto há vontade do município de promover esse acervo como dos donos de tais imóveis de melhorá-los, a fim de fomentar o desenvolvimento de atividades turístico-recreativas. Algumas propostas básicas para um modelo de desenvolvimento endógeno no munícipio de Aculco, com base no agroturismo são:

- Reforço e outorga de poderes à população local
- Propriedade e uso endógeno de recursos.
- Complementariedade com outros setores e atividades econômicas.
- Desenho de uma escala apropriada de desenvolvimento.

- Estabelecimento de redes entre as partes interessadas.
- Inserção ou ancoragem nos sistemas locais.
- Promoção da sustentabilidade multidimensional.

Conclusões

Ainda que no município de Aculco a atividade turística tenha uma importância prioritária, foi em administrações recentes que se estabeleceram ações específicas para fomentar o turismo e diversificar a oferta de serviços que cobrissem as necessidades dos visitantes.

As atividades agropecuárias realizadas nas fazendas foram minguando, no entanto, a atividade turística pode incrementar e dinamizar essas atividades, em prol do desenvolvimento de caráter endógeno. A partir da atividade turística no município, observaram-se diversos benefícios de caráter econômico, social, cultural e ambiental, com uma modesta incorporação por parte da comunidade.

Sobre os serviços turísticos, o município começou a impulsionar modalidades de participação local de hospedagem e alimentos e bebidas para atender às necessidades dos visitantes, fomentando o melhoramento tanto da infraestrutura hoteleira quanto da de restaurantes, o que gera empregos diretos e indiretos.

Com relação aos benefícios sociais, o turismo contribui para uma maior integração entre os distintos setores, permitindo o intercâmbio de ideias e de conhecimentos, o surgimento de novos produtos e serviços, a especialização da produção artesanal, o apoio e a participação de empresas turísticas em programas sociais, esportivos e culturais e o incentivo ao respeito à cultura local.

Apesar de o município ser chamado de *Pueblo com Encanto del Bicentenario*, as estratégias para posicioná-lo como destino turístico do Estado restringem-se à área urbana, o que aponta para a necessidade de revalorização das manifestações culturais da localidade, para o manejo sustentável dos recursos naturais e para seu aproveitamento para uso turístico.

Referências bibliográficas

AYUNTAMIENTO DE ACULCO. Plan de Desarrollo Municipal 1997-2000. *Gaceta del Gobierno Municipal*. Año Primero, n. 2.1997.

AYUNTAMIENTO DE ACULCO. *Plan municipal de desarrollo urbano de Aculco de Espinoza 2006-2009*. Estado de México. 2006.

AYUNTAMIENTO DE ACULCO. (2009). Página oficial del Municipio de Aculco. 2009. Disponível em: http://www.edomexico.gob.mx/aculco/httpdocs/ubicacion.html

BARRAGÁN, J. *Medio Ambiente y desarrollo en las áreas litorales*. Barcelona: Oikos Tau, 1997.

BOORTEIN, E. *La Hacienda de Hueyapan, 1550-1936*. México: SEP, 1976.

CASTAÑEDA M, T.; BOUCHER, E.; SÁNCHEZ, V.; ESPINOZA, O. *La agroindustria rural de producción de quesos en el noroeste del Estado de México*: un estudio de caracterización. México: UAEM, 2008.

CCA. *Avances en la promoción del turismo sustentable en áreas naturales de América del Norte*. Montreal: Comisión para la Cooperación Ambiental, 2000.

COORDINACIÓN GENERAL DE APOYO MUNICIPAL. *Expresidentes municipales 1979-1996*. Toluca: CGAM,1998.

DE LA PEÑA, P. S. (2010). *El faro: La milpa, baluarte de nuestra diversidad biológica y cultural*. 2010. Disponível em: www.cic-ctic.unam.mx/download/elfaro112-113.pdf. Acesso em: 30 mayo 2011.

H. MUNICIPIO DE ACULCO. *2º Informe de Gobierno de Salvador del Río Martínez*. Administración 2013-2015. Gobierno Municipal de Aculco, Estado de México. 5 de diciembre de 2014.

INAFED. *Enciclopedias de los municipios y delegaciones de México*: Estado de México, Aculco. Instituto para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. Secretaria de Gobernación. 2010. Disponível em: http://www.elocal.gob.mx/work/templates/enciclo/EMM15mexico/index.html. Acesso em: 30 mayo 2011.

INAH.*Monumentos históricos inmuebles, Estado de México*. México: INAH, 1987.

INAH. (2010). Expediente: *Camino real Tierra Adentro*. 2010. Disponível em: http://www.elcaminoreal.inah.gob.mx/. Acesso em: 15 mayo 2011.

INE. Instituto Nacional de Ecología. 2009. Disponível em: www.ine.gob.mx/publicaciones/libros/358/edomex.html. Acesso em: 25 jun.2011.

INEGI. *Producto Interno Bruto Nominal del segundo Trimestre de 2008*. Comunicado número 168/08. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2008.

LARA, B. J. *Ñado:* Un Monte, una hacienda, una historia. Toluca: Gobierno del Estado de México, 2009.

LARA, J. B. *Arroyo Zarco*: Puerta de tierra adentro. Toluca: Instituto Mexiquense de Cultura, 2003.

MORENO VILLA, J. *Lo mexicano en las artes plásticas*. México: F.C.E. 1948.

OMT. *Turismo panorama 2020: previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado: Volumen 7*. Madrid: OMT, 2002.

OMT. El turismo internacional alcanzará la cifra de los mil millones en 2012. Madrid, 16 jan. 2012. *Boletín de Prensa.* Disponível em: http://media.unwto.org/es/press-release/2012-01-16/el-turismo-internacional-alcanzara-la-cifra-de-los-mil-millones-en-2012. Acesso em: 3 fev. 2012.

RENDÓN R. Y GARCINI. Haciendas de México. *Revista Mexicanísimo*. n.20. Ejemplar de colección. 2009.

RIVEROS, H.; BLANCO, M. *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local.* Documento técnico de PRODAR. 2003. Disponível em: http://www.infoagro.net/shared/docs/a5/ACF2DB6.pdf. Acesso em: set. 2009.

SECTUR. *Guía de equipo recomendado para la operación de actividades del turismo de aventura y ecoturismo*. México: Secretaría de Turismo, 2001.

SECTUR. *Elementos para Evaluar el Impacto Económico, Social y Ambiental del Turismo de Naturaleza en México*. México: Secretaría de Turismo, 2007.

SECTUR. Busca México captar 26 millones de visitantes en 2011, México. 16 dez. 2010. *Boletín de prensa*. Disponível em: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Busca_Mexico_captar_26_millones_de_visitantes_en_2011_SECTUR_. Acesso em: 3 de febrero de 2012.

SECTUR. *El turismo en México*. 2011.Disponível em: http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/1227/1/images/CONCANACO_2011.pdf. Acesso em: 3 fev.2012.

SiiMT. *Ranking del turismo mundial*. Cifras del Barómetro del Turismo Mundial de la OMT. México: Sistema de Información e Inteligencia de Mercados. Sector Turístico de México. Consejo de Promoción Turística de México, S.A de C.V. 2015. Disponível em: http://www.siimt.com/en/siimt/ranking_mundial_omt . Acesso em:10 jun.2015]

SOLANO, E. L. *México Desconocido:* Para quien ama la naturaleza y la aventura. 2011. Disponível em: http://www.mexicodesconocido.com.mx/nado-para-quien-ama-la-naturaleza-yla-aventura.html. Acesso em: 1 jun. 2011.

VILLAFUERTE SOLÍS, D. El café en la frontera sur. *Serie Nuestros Pueblos*. Gobierno del Estado de Chiapas: Consejo Estatal de Fomento a la Investigación y Difusión de la Cultura DIF-Chiapas/ Instituto Chiapaneco de Cultura, 2002.

CAPÍTULO 11

CONSTRUINDO "EL CAMINO": A CONSTRUÇÃO DE UMA MARCA PAÍS BEM SUCEDIDA E SUAS CONSEQUÊNCIAS

Carla Guerrón Montero

A nova marca país do Panamá, "Panamá: O Caminho," está relacionada, de muitas maneiras, à sua antiga história como corredor geográfico (Mapa 1).. A história do Panamá diferenciou-se por conta dos movimentos, viagens e migrações, como resultado de sua localização geográfica estratégica no istmo que liga a América do Norte à América do Sul. A marca faz referência à condição de lugar de trânsito no país e ao fato de albergar o conhecido Canal do Panamá. No entanto, essa marca também carrega a intenção de ir além dessas características de fonte de receitas e atração turística mais importante do país, para assinalar que o Panamá tem mais oportunidades a oferecer. Como a marca anterior ("Panamá, Mais do que um Canal"), essa nova marca evidencia o interesse do governo panamenho de ressaltar uma visão específica do Panamá e de se distanciar da sugestão de que a história, a economia e as culturas panamenhas estão conectadas exclusivamente ao Canal. Esses *slogans* representam uma mudança na política nacional que merece ser destacada e foram reconhecidos como bem sucedidos no contexto latino-americano (FUTURE BRAND, 2013:39).

Entretanto, não é possível compreender a situação atual do Panamá sem compreender o papel que o Canal de Panamá teve na construção dessa jovem nação. Em grande medida, a inegável diversidade cultural do Panamá é resultado exatamente da presença do Canal em seu território, o mesmo que "ajudou a formar uma população étnica misturada, que incluiu escravos africanos, bucaneiros ingleses, colonos escoceses, comerciantes indianos e

judeus, trabalhadores chineses da estrada de ferro e trabalhadores do canal negros antilhanos" (VELÁZQUEZ RUNK, 2012, 21-22). Em uma população composta por 3.516.820 habitantes (CENSOS NACIONALES, 2010), existem oito etnias indígenas e pelo menos dois grupos afro-panamenhos distintos. Além disso, existem panamenhos de origem asiática, grupos mestiços urbanos e rurais e, de forma cada vez mais crescente, residentes expatriados.

Intelectuais panamenhos destacaram bastante a relevância da luta panamenha para afirmar a sua soberania sobre a Zona do Canal, desde que o Panamá foi instituído como república (GANDÁSEGUI, 1993; SÁNCHEZ, 2002). O Panamá lutou por manter a sua identidade como nação latinoamericana independente com ascendência espanhola, não somente por sua história como província colombiana por 81 anos e sua condição de dependência dos Estados Unidos desde que se tornou independente da Colômbia em 1903, mas também como resultado de confrontos internos de natureza racial, étnica e política.

Mapa 1: Panamá

Fonte: The World Factbook (https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/pm.html)

Considerando então a relevância econômica, cultural e política do Canal do Panamá, como se podem explicar os esforços concentrados para *desviar* a atenção e a visão coletiva do Canal? Este capítulo sugere uma resposta a essa pergunta. Apresento um estudo de caso sobre a transformação de um país percebido como perigoso e atração turística obscura o qual o New York Times qualificou, em 2012, como "o melhor destino para visitar" ou, segundo o Money Retirement (2014), o primeiro dos oito "melhores lugares do mundo para se aposentar". Analiso o sucesso desses concentrados esforços conduzidos pelo governo panamenho e pelos mediadores nacionais e internacionais para produzir um destino atrativo temporário e permanente. Como contraponto, estudo também as melhorias mínimas que esses esforços geraram na vida das populações indígenas que são partícipes da indústria do turismo. Contrasto o sucesso governamental na venda do Panamá como uma marca que consegue atrair um fluxo constante de turistas e de capital, com os benefícios limitados que as minorias étnicas recebem do turismo, elas mesmas, em muitos casos, vistas como o próprio atrativo turístico. Seguindo a linha de estudos de turismo realizados entre os povos indígenas kuna (HOWE, 2009; MARTÍNEZ MAURI, 2012; PEREIRO PÉREZ et al. 2010; WICKSTROM, 2003), e emberá (THEODOSSOPOLOUS, 2013), minha pesquisa concentra-se em uma minoria étnica que vem recebendo atenção limitada por parte do governo e da academia, os afro-antilhanos. A informação etnográfica e a análise apresentadas neste capítulo estão baseadas em trabalho de campo realizado entre 1996 e 2007 no Arquipélago Bocas del Toro, bem como em pesquisa de gabinete realizada em arquivos no Panamá e no Schomburg Center for Research in Black Culture (2009, Nova York, Estados Unidos).

Panamá: Um Destino Nascente

O Panamá não deu início ao seu esforço por converter-se em um destino turístico mundial senão em meados dos anos 90 (GUERRÓN MONTERO, 2005). De fato, em relação às instituições nacionais, as organizações

turísticas no país desenvolveram-se apenas recentemente. A Comissão Nacional de Turismo foi criada em 1934, em 1960 transformou-se no Instituto Panamenho de Turismo e em 2008 na Autoridade de Turismo do Panamá (ATP), uma entidade com *status* ministerial. Antes da invasão estadunidense de 1989, que destituiu o ditador de fato, General Manuel Noriega, os três lugares apresentados de forma recorrente como oferta turística eram o Canal do Panamá, a Zona Livre de Colón e o Arquipélago de San Blas. Mais especificamente, existiam, até 1993, oito tipos de roteiros oferecidos aos turistas nacionais e estrangeiros: o Canal do Panamá e cruzeiros através do Canal, turismo de vida selvagem na Ilha Barro Colorado, Chagres (localidade próxima à Cidade do Panamá) ou Darien, turismo de praia nas ilhas de Taboga, Contadora e San Blas, turismo nos povoados da serra do Valle do Boquete e Cerro Punta, turismo de pesca profunda na Bahía Piña y Contadora, turismo desportivo de mergulho em Portobelo, conferências na Cidade do Panamá e turismo de compras na Cidade do Panamá e em Colón. Com o estabelecimento da democracia e a retirada das tropas norte-americanas do Canal em 1999, os governos de Guillermo Endara (1989-1994) e Ernesto Pérez Balladares (1994-1999) concentraram seus esforços no turismo como a alternativa mais viável para promover o desenvolvimento econômico do país.

Em 1993, o presidente Pérez Balladares firmou um acordo técnico de 685 bilhões de dólares com o Departamento de Desenvolvimento Regional e Ambiente da Organização dos Estados Americanos (OEA), para formular um Plano Master de Desenvolvimento Turístico (PMDT), comumente chamado de Plano Master, a fim de dividir o país em nove zonas turísticas (uma décima zona foi acrescentada anos mais tarde). O regime propôs que o Plano Master estabeleceria o marco para o desenvolvimento futuro da indústria (ANICETTI, 1998ª, p.70), que seria implantado por completo até o ano de 2002. O objetivo do plano era incentivar o turismo doméstico e incrementar o turismo internacional "com o fim de estimular o desenvolvimento regional e a criação de empregos" (INTERNATIONAL TECHNICAL COOPERATION AGREEMENT, 1993, p.33-36). Ainda em 1993, Pérez Balladares instituiu a Lei No. 8, para promover as atividades

turísticas e estabelecer incentivos de impostos especiais para os investidores (Anicetti, 1998b, p.72). O objetivo desses acordos e medidas legais era 'fazer do Panamá uma 'marca' no mercado turístico, para que cada uma de suas zonas seja um 'modelo' que dê competitividade à marca' (INTERNATIONAL TECHNICAL COOPERATION AGREEMENT, 1993, p.33). Devido à riqueza ecológica e à diversidade étnica e cultural significativa do país, o enfoque centrou-se em dois tipos de turismo: turismo de patrimônio de elite e ecoturismo (PÉREZ BALLADARES, 1998, p.4). Outro objetivo importante era marcar uma clara distinção entre a oferta turística da Costa Rica, vizinha do Panamá e uma meca turística firmemente estabelecida, e a oferta disponível no Panamá. Os governos de Mireya Moscoso (1999-2004), Martín Torrijos (2004-2009) e Ricardo Martinelli (2009-2014) deram continuidade a essas políticas turísticas, acrescentando o importante segmento do turismo residencial (PANAMÁ SUSTAINABLE TOURISM MASTER PLAN, 2008; *KLYTCHNIKOVA; DOROSH, 2009).*

O Plano Master original dividiu o país em nove zonas turísticas. A Tabela 1 mostra essas zonas e inclui o número de atrativos identificados pelo plano em cada uma das zonas. A Zona 10 (acrescentada anos mais tarde) é a província de Veraguas (Mapa 2).

Tabela 1. Zonas de Turismo do Panamá e seus Atrativos

No. da Zona	Nome da Zona	No. Atrativos	Porcentagem
Zona 1	La Amistad	61	4.40%
Zona 2	Bastimentos	78	5.60%
Zona 3	Arco Seco	127	9.10%
Zona 4	Farallón	20	1.40%
Zona 5	Metropolitana	126	9.00%
Zona 6	Portobelo	80	5.70%
Zona 7	San Blas	290	20.70%
Zona 8	Las Perlas	136	9.70%
Zona 9	Darién	72	5.20%
Outra zona	Fora da zona turística	408	29.20%
	TOTAL	1398	100%

Fonte: Tourism Development Master Plan for Panamá 1993-2002, 1993, p.4.

O Plano Master ressalta algumas das tendências turísticas do Panamá até o momento de sua elaboração. Por exemplo, o plano estabelece que somente 20 por cento dos visitantes do país eram "turistas genuínos' ou seja, turistas que se ajustam à definição estabelecida pela Organização Mundial do Turismo (OMT), que especifica que um turista é 'qualquer estrangeiro ou local que viaja a um lugar durante o seu tempo livre, por períodos de mais de 24 horas e com pelo menos uma noite de estadia'. Os 80 por cento restantes eram pessoas em viagem de negócios ou de compras comerciais, ou que viajavam ao Panamá para visitar sua família e que não se consideravam turistas para os propósitos do plano. Nem os "turistas genuínos", nem os visitantes, distanciavam-se da área metropolitana durante as suas visitas. O mercado turístico mais amplo até 1993 incluía a região da América Latina (Colômbia, Costa Rica, República Dominicana, Equador, Nicarágua e Venezuela), sobretudo por conta da proximidade, dos custos e do idioma comum, e correspondia a 71,9 por cento da demanda. O plano nota que "apesar dos desembolsos líquidos do mercado turístico regional não serem altos, são muito necessários para os hotéis locais de preço baixo ou médio". O segundo mercado identificado foi o dos Estados Unidos, com 15,5 por cento da demanda. Esse mercado incluía os turistas de negócios e de interesses especiais (pesca esportiva, observação de aves). Finalmente, o mercado europeu respondia por 7,3 por cento do total de chegadas internacionais ao país. O plano entendia que a promoção da Europa era frágil: "Quando se compara com o fluxo no país vizinho da Costa Rica, o número de visitantes europeus ao Panamá é muito baixo" (INTERNATIONAL TECHNICAL COOPERATION AGREEMENT, 1993, p.23-24 e 29-30).

Mapa 2: Zonas de Desenvolvimento Turístico

Fonte: Autoridade de Turismo do Panamá, 2012.

Nas etapas iniciais do desenvolvimento turístico – e apesar dos esforços da ATP para fortalecer a imagem do Panamá no mercado turístico mundial – os resultados não foram exitosos (INTERNATIONAL TECHNICAL COOPERATION AGREEMENT, 1993, p.30). Essa situação transformou-se rapidamente em meados dos anos 90 e, em 1998, com um investimento em infraestrutura equivalente a US$ 200 milhões, o turismo era o terceiro contribuinte mais importante do Produto Interno Bruto (PIB) do Panamá (GUILLÉN, 2000, p.2A). Em 1998, o turismo representava de 4 a 5 por cento do PIB do país, mais ou menos a mesma porcentagem das exportações de bananas, camarões, açúcar e café, e empregava 30.000 pessoas, direta ou indiretamente. Em 2003, o turismo gerou mais ganhos (US$ 805 milhões) que o Canal do Panamá (US$ 690,3 milhões) e a Zona do Canal (US$ 487,7 milhões), de acordo com IPAT (2003, p.1,9), os dois maiores contribuintes do PIB do país nas décadas anteriores. Em 2006, o turismo respondia por 20 por cento do setor de bens e serviços e

os gastos dos turistas estrangeiros chegavam os US$ 960 milhões, ou 6 por cento do PIB (KLYTCHNIKOVA; DOROSH, 2009). De acordo com a ATP, atualmente o turismo é a primeira indústria do Panamá, seguida pelo Canal de Panamá e pela Zona Livre de Colón; e, entre os anos de 2001 e 2010, respondeu por 76 por cento da renda interna. No mesmo período, o número de turistas (1.716.362) cresceu 9,8 por cento (ATP, 2012).

Essa informação evidencia que a situação mudou de forma dramática desde que se elaborou o Plano Master. Atualmente, os turistas que viajam ao Panamá visitam as dez zonas demarcadas pelo governo.

O Panamá continua atraindo tanto o turista "genuíno" quanto o visitante identificado no Plano em 1993: turistas de negócios, turistas comerciais, turistas de lazer e turistas unicamente interessados em visitar a Cidade do Panamá e seus arredores. Ao mesmo tempo, o Panamá desenvolveu um mercado frutífero, atraindo turistas internacionais que buscam explorar sua vegetação tropical (hospedando-se em alojamentos luxuosos ou em condições relativamente extremas de aventura) ou participar de expedições para observações de aves ou esportes aquáticos. Roteiros educativos e históricos conduzem os visitantes não apenas através do Canal do Panamá, mas também a Portobelo, Colón, aos famosos Camino de Cruces e Camino Real de Panamá (STRASSNIG, 2010), ou ao "Centro Antigo" da Cidade do Panamá, recentemente renovado e transformado (ESPINO, 2008). Aqueles turistas interessados em turismo étnico podem visitar Gunayala, no Arquipélago de San Blas, a Comarca Ngöbe, na província de Bocas del Toro, ou os territórios *emberá* ou *wounaan*, na região de Darién. Os turistas interessados em fugir do calor tropical visitam a província de Chiriquí, onde se prometem encontros fascinantes com a cultura "tradicional" camponesa. E para aqueles turistas que não têm tempo ou não estão interessados em viajar demais, a Cidade do Panamá oferece o parque temático Mis Pueblitos, que contém uma mostra da diversidade cultural panamenha nas edificações construídas para representar as "três raízes" (indígena, espanhola e africana) que formaram a nação (GUERRÓN MONTERO, 2009). Para quem precisa de cuidados médicos, o Panamá oferece atualmente as "férias médicas", com médicos certificados e bilíngues, "acostumados a trabalhar

com a mesma tecnologia e padrões usados nos Estados Unidos e Europa", a um custo muito menor do que nessas regiões (PANAMÁ MEDICAL VACATIONS).

Em pé de igualdade, o agroturismo desenvolveu-se como um nicho nascente no país (INTER-AMERICAN INSTITUTE FOR COOPERATION IN AGRICULTURE, 2010). Mais ainda, desde 2007 o governo panamenho vem enfatizando seu potencial magnetismo para atrair empresas multinacionais, por intermédio da concessão de incentivos fiscais, trabalhistas e migratórios (FUTURE BRAND, 2013, p.39).

Essa é simplesmente uma amostra das opções turísticas oferecidas no Panamá, nos dias de hoje. Além das dez zonas mencionadas anteriormente e reconhecidas em 1993, o Plano Master de Turismo de 2007-2020 identifica vinte atrativos turísticos que serão desenvolvidos no futuro (GENERAL EVALUATION OF PANAMA'S TOURISM, 2008, p.194). De acordo com um folheto que promove o investimento turístico no país, o "Panamá é um deleite para o turista. É antigo. É moderno. Tem montanhas. Tem praias. Tem bosques tropicais exuberantes. Tem cidades sofisticadas e cosmopolitas. Tem diversão. Tem serenidade e solitude. Seja para passar um dia, uma semana ou um período mais extenso – o Panamá tem tudo"! (PANAMÁ TOURISM FACILITIES INVESTMENT GUIDE).

A julgar pelas estatísticas mencionadas anteriormente e pela oferta atual e potencial, o governo do Panamá e a indústria do turismo em geral têm sido eficazes em transformar o país em um destino turístico desejado. Na seção a seguir, analiso uma zona onde o turismo desenvolveu-se rapidamente – em certos momentos de maneira incontrolável – e as consequências para as populações étnicas que habitam essa zona.

Colocando a Marca País no Arquipélago de Bocas del Toro

O Arquipélago de Bocas del Toro está localizado no noroeste do Panamá e é parte da província de Bocas del Toro. Tem aproximadamente 18.000 habitantes, distribuídos em nove ilhas habitadas, e representa um

microcosmo dos componentes multiculturais encontrados no Panamá, incluindo os grupos afro-antilhanos, chineses, grupos indígenas (particularmente os *ngöbe* e alguns *kuna*), latinos (o termo usado no Panamá para referir-se aos mestiços) e residentes expatriados, sobretudo da Europa e América do Norte. Os afro-antilhanos representam a população mais numerosa e mais dominante no Arquipélago.

Os afro-antilhanos são descendentes de grupos escravizados traídos por colonizadores ingleses, escoceses e irlandeses, os quais, a partir de 1820, deixaram as Antilhas (particularmente Jamaica e Barbados) em busca de melhores oportunidades econômicas. Depois da abolição da escravatura no Panamá, em 1852, os afro-antilhanos converteram-se em uma sociedade de camponeses independentes que moravam em pequenos povoados no Arquipélago e ao largo da costa. Houve migrações voluntárias posteriores de afro-antilhanos em direção aos povoados localizados no Arquipélago. Seu sistema econômico, predominante durante o século XIX, era baseado na agricultura de subsistência e na caça de tartarugas (HECKADON MORENO, 1980, p.12). A maioria dos afro-antilhanos do Arquipélago falam inglês crioulo, além do castelhano.

A United Fruit Company (UFC) instalou-se no Arquipélago em 1890. Antes da sua chegada, havia pequenas e médias plantações de banana de propriedade privada, com cerca de cinco a sessenta hectares. Os trabalhadores eram em sua maioria afro-antilhanos e as plantações pertenciam normalmente a famílias cujos ancestrais haviam chegado da Jamaica, San Andrés e Providencia, no início do século XIX (SMITH LANCE, 1987, p.87). O estabelecimento da UFC no Arquipélago gerou um *boom* econômico, e Bocas Town transformou-se em uma cidade próspera, com presença internacional e crescimento promissor. A situação mudou de forma dramática na década de 1910, quando a UFC transferiu a maioria de suas operações da ilha de Bocas del Toro para Almirante, em terra firme. Como resultado dessa mudança, Bocas del Toro já não era mais o centro das atividades comerciais da província e teve que compartilhar sua prosperidade com a cidade de Almirante, "situada em terra firme e equipada com todas as comodidades necessárias" (CARLES, 1952, p.140). A partir dessa data

até o início dos anos 90, a vida no Arquipélago caracterizou-se por apresentar uma economia estanque, organizada ao redor da produção limitada da UFC, da agricultura e da pesca em pequena escala, e de trabalhos do setor de serviços (burocráticos, médicos e eventuais). Bocas del Toro converteu-se na "zona do castigo", para onde eram enviados os burocratas rebeldes. No entanto, o desenvolvimento de uma indústria turística forte, em meados dos anos de 1990, produziu mudanças importantes na configuração do Arquipélago (GUERRÓN MONTERO, 2006a, 2006b, 2006c).

Apesar da inatividade da economia de Bocas del Toro antes do desenvolvimento turístico, os afro-antilhanos do Arquipélago mantinham o controle sobre os grupos indígenas e mestiços. Por conta das experiências de trabalho prévias, os afro-antilhanos eram considerados, pelos responsáveis pelas operações das companhias bananeiras da região, como trabalhadores comprometidos e dedicados – mesmo nos momentos em que o racismo e os estereótipos contra os afro-antilhanos eram uma constante (CONNIF, 1995). Além disso, seu conhecimento do inglês facilitou a comunicação entre os chefes norte-americanos e os trabalhadores (ANDREWS, 1997, p.16). Essa capacidade (que variava de indivíduo para indivíduo e diferia notadamente entre os antilhanos urbanos e os camponeses) garantiu espaço e algum poder para as populações afro-antilhanas. Os surtos da "enfermidade do Panamá" (um fungo que acomete as raízes das bananeiras) nas plantações de bananas e a Grande Depressão fomentaram a estagnação de Bocas del Toro, ao mesmo tempo que beneficiaram os afro-antilhanos. Quando a UFC finalmente fechou suas portas, alguns dos afro-antilhanos, que haviam trabalhado na companhia ou cultivado bananas, tiveram a oportunidade de comprar terras e converter-se em uma classe média rural, em contraste com a situação da grande maioria das populações de descendência africana na América Central (ANDREWS, 1997).

No entanto, é fundamental reconhecer que – apesar de sua posição de superioridade no Arquipélago –, os afro-antilhanos sofreram com o isolamento geográfico e social durante a maior parte de sua história. A província de Bocas del Toro, composta em sua maioria por afro-antilhanos e por populações indígenas, foi "vítima da indiferença e do esquecimento por parte

dos governos do istmo panamenho, desde os tempos coloniais" (QUINTERO EN SMITH LANCE, 1987, p.90). De acordo com Jaén Suárez,

> [...] Bocas del Toro foi uma região marginal durante a maior parte de sua história. Ocupada por populações indígenas, aparentemente numerosas durante o século XVI, desde o século XVII vem sendo vítima de violência e rivalidade dos caciques 'taínos'[1] com fome de guerra, dos índios 'mosquitos'[2], de invasores que chegavam à costa centroamericana, ou de caçadores de escravos. Todas essas invasões finalmente destruíram o território quase por completo, particularmente suas zonas costeiras e insulares obrigando seus habitantes mais permanentes, muito limitados em número, a viver em áreas elevadas no coração das montanhas (1998, p.161).

Jaén Suárez considera Bocas del Toro uma região insignificante, com curtos períodos de prosperidade e atividade (relacionados mais diretamente com a produção de banana), sem um verdadeiro centro regional, com um centro político em Bocas del Toro e dois centros econômicos em Almirante e Changuinola. O autor nota, além disso, que a autonomia econômica e demográfica de Bocas del Toro é decorrente de sua marginalidade em relação ao resto do país (JAÉN SUÁREZ, 1998, p.162). De fato, Bocas del Toro foi sucessivamente ignorado por governos panamenhos e, para completar, foi apresentado como um lugar perigoso, pouco atrativo e pouco acolhedor, por conta de seu isolamento geográfico e do fato de a maioria da população ser afro-antilhana e indígena.

A situação, no entanto, se transformou em meados dos anos 90, quando o turismo se converteu em uma força econômica e cultural importante na região. O Plano de Turismo reconheceu o Arquipélago como a Zona No. 2, com 78 atrativos (INTERNATIONAL TECHNICAL COOPERATION AGREEMENT, 1993,p.40). Nos dias de hoje, o turismo

---

1 Os taínos foram, entre os séculos XV e XVI, um dos mais significativos povos indígenas da região do Caribe.

2 Os índios 'mosquitos' são um grupo étnico de índios mesclados com negros que viveu na parte leste da Nicarágua em meados do século XIX.

se transformou em um cenário permanente na região. O Arquipélago de Bocas del Toro é uma das áreas turísticas mais visitadas no país, por turistas nacionais e estrangeiros. Desde 1995, vem sendo cenário de um considerável número de documentários e objeto de reportagens e matérias na imprensa nacional e internacional. A infraestrutura turística (incluindo hotéis, hostels, pensões, restaurantes, agências de viagens, operadores turísticos e serviços de transporte e aluguel de equipamentos) cresceu exponencialmente. A maior parte dessa infraestrutura inclui hotéis e restaurantes com preços mais baixos e medianos, frequentemente de propriedade de estrangeiros.

A ATP comercializa o Arquipélago como uma zona de ecoturismo exemplar. Em Bocas del Toro, o ecoturismo é compreendido como as atividades turísticas voltadas para a exploração da flora e da fauna das ilhas. Os parques e reservas nacionais, praias intocadas, os esportes aquáticos e a flora e a fauna típicas da região são destacados como parte dos maiores atrativos nacionais. Em termos ecológicos, os cientistas concordam que Bocas del Toro é uma das regiões mais importantes do Panamá. Sua flora e fauna têm atraído particular interesse científico, há décadas, e pesquisas científicas vêm sendo realizadas na região há muito tempo, especialmente por intermédio do Instituto Smithsoniano de Investigações Tropicais. (Smithsonian Tropical Research Institute [STRI]).

Uma das razões da atratividade do Arquipélago é que sua flora e fauna são incomuns e altamente evoluídas (CAMARENA MEDINA, 1991, p.4b). A biodiversidade é muito alta, com 68 por cento do território da província de Bocas del Toro cobertos por vegetação natural. Das 8.744 espécies de plantas reportadas no Panamá, 1.738 (20 por cento) podem ser encontradas na província de Bocas del Toro. Em 1993, o Plano Master identificou 78 atrativos naturais em Bocas. Uma reavaliação, feita em 1998, reduziu esse número para 72 atrativos, identificando que alguns dos atrativos previamente classificados não eram tão interessantes em função da falta de acesso a eles, ou por conta da degradação ambiental (OEA, 1998, p.25). É importante notar também que, apesar da relativa salubridade dos recifes de corais de Bocas, grandes extensões do ecossistema foram devastadas por materiais residuais, devido às operações das companhias bananeiras e à

recente pressão demográfica. A despeito desses problemas, de acordo com o investigador Charles Handley, do STRI, Bocas del Toro é "a Galápagos do Século XXI" (HECKADON MORENO, 1993, p.5).

Ainda que de forma muito menos proeminente, a arquitetura tradicional caribenha, o "encanto" caribenho e o "estilo de vida sem preocupações" (representados pela cultura afro-antilhana) também são elementos de publicidade. Como indicou o governador de Boca del Toro em 2000,

> Esta é uma ilha, com todas as suas vantagens e desvantagens e com sua beleza, mas é uma ilha. É sabido que esta ilha tem um encanto especial, suas praias, seu mar, seu ambiente, seu clima sempre refrescante à tarde. E a gente, os ilhéus, tem uma forma de ser que é muito característica – sempre sorrindo, sempre feliz, muito interessada na música, muito interessada em ser feliz, porque essa é uma característica do Caribe (Entrevista L. N., 22 out.2000).

O turismo étnico é uma atração que se oferece aos turistas de forma secundária. Inclui visitas às comunidades do grupo indígena mais numeroso do país, os *ngöbe*, que habitam algumas das ilhas do Arquipélago (Bastimentos, San Cristóbal, Isla Popa, Shark Hole e Solarte, entre outras). Algumas das comunidades *ngöbe* receberam assistência do Corpo de Paz para criar caminhos interpretativos. Além disso, os *teribe* – que habitam as margens do Rio Teribe em terra firme (província de Bocas del Toro) – oferecem artesanato e aulas de dança para os turistas ocasionais que visitam a região. Por outro lado, o turismo educativo e o turismo voluntário desenvolveram-se consideravelmente. Estudantes e universitários têm a chance de estudar a flora e a fauna (e, em menor grau, a cultura) do Arquipélago ou praticar turismo de *surf* enquanto acumulam créditos universitários, por meio de vários institutos de educação ou organizações não governamentais, entre as quais o renomado STRI. Mais recentemente, o turismo residencial converteu-se em um nicho, como parte de uma tendência nacional que se estende a áreas urbanas e rurais do país (RUDOLF, 2013).

Bocas del Toro é representada pelos intermediários turísticos como uma área eterna e inalterada, onde o povo vem se dedicando há séculos às mesmas atividades e onde a presença dos turistas tem provocado mudanças dramáticas nesse lugar reconhecido como distante e apartado do circuito turístico.

Outra estratégia de publicidade comum (menos evidente nos dias de hoje) foi vender Bocas como o destino tropical e ensolarado por excelência. Por exemplo, uma agência de viagem vende pacotes turísticos intitulados "Pacote Turístico Verão Sempre". Na realidade, Bocas del Toro é uma região úmida, com uma grande floresta tropical e abundância de árvores e bosques com lianas e manguezais, e uma precipitação anual de 2.000 a 7.000 milímetros, resultado da influência do Mar do Caribe (GABARRETE, 1995, p.13a). Já que Bocas está em um paraíso tropical, muitos viajantes chegam sem conhecimento sobre a elevada possibilidade de passar suas férias na chuva, ainda que hoje em dia os guias de viagem e os *blogs* na *internet* previnam o turista sobre essa possibilidade. Para Aníbal Reid, um afro-antilhano que trabalha na indústria do turismo, o papel da ATP é prover a informação correta sobre o que Bocas del Toro tem a oferecer para os turistas:

> Eu gostaria que em Bocas tivéssemos um turismo de qualidade, sem que seja elitista – gente decente, gente que vem disfrutar do meio ambiente. Quero que mantenhamos nossa floresta úmida tropical. Não somos uma ilha deserta e não somos o Mediterrâneo. Não temos 24 horas de sol por dia. Somos uma região tropical úmida e isso é só o que temos e há gente que gosta muito disso (Entrevista A. R., 12 abr. 2000).

Entretanto, o turismo é percebido pelas autoridades nacionais como uma forma de domesticar o "atrasado" Arquipélago, composto por pessoas com passado "atrasado", ou seja, populações indígenas e negras. Como diz Wilson (2008, p.4), "os impactos do turismo podem ser sentidos em nível nacional, regional e local e por diferentes comunidades, em uma localidade específica. As diferentes classes sociais se veem afetadas

de forma diferente, com a elite nacional e local beneficiando-se mais que as outras". Como discuti em outros artigos, para a maioria de afro-antilhanos, o desenvolvimento da indústria do turismo no Panamá provê uma ganância inesperada de capital cultural e político. Bocas del Toro já não é um destino "distante e apartado do circuito turístico", ainda que em algumas circunstâncias continue sendo apresentado como tal. Muitos locais preferem que o Arquipélago não seja considerado dessa forma porque isso sugere falta de serviços e recursos, além de relativa obscuridade. Para os locais, o turismo promete liberação dessa condição por meio da modernização, do avanço, do cosmopolitismo. O turismo oferece a oportunidade amplamente antecipada de obter recursos negados e de criar e recriar identidades de gênero, étnicas e raciais ocultas, representadas em certas características culturais marcadamente caribenhas (sobretudo nas áreas da música e da cozinha). Assim como a nação do Panamá lutou desde as suas origens para construir uma narrativa coletiva apropriada, os afro-antilhanos – em Bocas del Toro desde 1820 e na Cidade do Panamá desde 1850 – trabalharam para afirmar uma identidade cultural distintivamente pan-caribenha e, ao mesmo tempo, demonstrar sua lealdade ao Panamá, como sua nova terra. A indústria do turismo ofereceu aos afro-antilhanos uma oportunidade limitada para fazê-lo, ao entrar no circuito principal da sociedade panamenha graças ao seu patrimônio único, um patrimônio que foi ao mesmo tempo *mercantilizado e reinventado* para propósitos turísticos. Os afro-antilhanos beneficiaram-se até certo ponto do turismo, tanto para aceder ao capital econômico e cultural expressos no trabalho e nas melhorias de infraestrutura, como para desenvolver uma maior compreensão do mundo e de criar um sentimento de orgulho por sua herança. Por outro lado, o desenvolvimento do turismo trouxe também especulação de terras, polarização social e econômica, que não existiam antes do processo turístico, narcotráfico, corrupção e uma série de irregularidades legais, além de conflitos que levaram à expansão da presença de residentes expatriados (SPALDING, 2011).

Conclusões

O Panamá se transformou, de forma muito bem sucedida, de um país assumido como sem graça e perigoso, que estava fora do radar do turismo internacional, em um destino de grande atratividade nacional e internacional (GUERRÓN MONTERO, 2014). Essa transformação mercadológica foi acompanhada por investimentos, nacionais e internacionais, em infraestrutura e treinamento de pessoal.

No entanto, é preciso reconhecer que os benefícios do desenvolvimento turístico não alcançaram a maioria dos panamenhos. O Banco Mundial identifica o Panamá como uma das economias de desenvolvimento mais acelerado do hemisfério ocidental, com taxas de crescimento econômico entre 5 e 10 por cento em 2012 (WORLD BANK, 2012). Ao mesmo tempo, entre 33 e 45 por cento da população panamenha vive em condições de pobreza e 27 por cento vive em extrema pobreza (UNITED NATIONS DATA STATISTICS). De acordo com as Nações Unidas, enquanto o Panamá tem um dos níveis de ingressos mais altos dos países em desenvolvimento, sua distribuição de riqueza é a segunda pior do hemisfério, depois do Brasil (UNITED NATIONS DATA STATISTICS).

Ao contrário de outros países da América Central, como a Nicarágua, onde as narrativas turísticas representam a nação como homogênea e, por consequência, ignoram suas minorias indígenas e negras (BABB, 2010), o turismo no Panamá facilitou, unicamente no plano nominal, o reconhecimento e o desenvolvimento de um estado multicultural (já que o multiculturalismo, em si, não é reconhecido na constituição panamenha) e, certamente, um multiculturalismo regido pelo neoliberalismo. A indústria internacional do turismo contribuiu para um discurso de aceitação da complexidade étnica panamenha e produziu um multiculturalismo "inofensivo", reduzindo as culturas étnicas a representações dentro de contextos delimitados. O objetivo principal de todas as administrações, desde que a democracia foi instaurada no Panamá, nos anos 90, foi ressaltar as alternativas turísticas que o país oferece *para além* do Canal, por meio da promoção do turismo (particularmente

o ecológico e o étnico) como uma indústria economicamente viável, baseada, sobretudo, no multiculturalismo do país, e por meio do ajustamento de certos grupos étnicos e da transformação de regiões em espaços seguros e acessíveis ao turista. Simultaneamente, o Panamá diversifica as suas opções ao incorporar à sua oferta o turismo patrimonial, ressaltando que, da mesma forma que a Costa Rica, o Panamá é um país ecologicamente diversificado e pacífico, desprovido de um sistema militar. Essas estratégias mercadológicas são destacadas na publicidade produzida tanto pelo governo panamenho como pelos intermediários turísticos.

Uma consequência desse multiculturalismo *existente e produzido* é o grau que ele tem de influência sobre os grupos indígenas, afro-antilhanos e outras minorias étnicas. No caso dos afro-antilhanos, esse grau de influência se deve também aos anos de busca pela justiça social, por parte dos movimentos afro-panamenhos (MENESES ARAÚZ, 2010). Somente no futuro será possível avaliar como essas interações continuarão se desenvolvendo e como esses grupos se apropriarão de suas próprias representações étnicas. A pergunta é se produzirão o desenvolvimento dentro dos limites de controle social regulamentado pela indústria turística e pelo estado, ou vão explorar esse desenvolvimento para além dele mesmo e demandarão que o turismo se desenvolva a partir da sua própria perspectiva.

Desde o início dos anos 90, o governo panamenho foi bem sucedido ao criar, com os intermediários turísticos, uma marca país reconhecível, ao desenvolver destinos e produtos cobiçados, ao gerar ganhos consideráveis e ao atrair investimentos internacionais a partir da concessão de generosos incentivos. As elites panamenhas promoveram imagens do país que valorizam a diversidade e, como resultado, parecem ter deixado definitivamente para trás a imagem de estratificação do passado. No entanto, essas imagens se mantêm confinadas ao âmbito do turismo. No Panamá, como em outros territórios, a estratificação racial e étnica vive de mãos dadas com a estratificação econômica e, como resultado do desenvolvimento do turismo, identifica-se muito poucas melhorias tangíveis na vida dos afro-antilhanos, das populações indígenas e dos membros das classes sociais mais marginalizadas.

Referências bibliográficas

ANDREWS, GEORGE. Black Workers in the Export Years: Latin America, 1880-1930. *International Labor and Working Class*, 1997, p.7-29.

ANICETTI, DAVID. *Infrastructure*. Destination Panama, 1998a, p. 65-70.

AUTORIDAD DE TURISMO DE PANAMA. 2012. Disponível em: http://www.atp.gob.pa/archivos/pdf/aspectos_economicos2001-2011.pdf. Acesso em: 10 jan.2012.

BABB, FLORENCE. *The Tourism Encounter*: Fashioning Latin American Nations & Histories. Stanford: Stanford University Press, 2011.

CAMARENA MEDINA, CARLOS. Un Pasaje a las Islas de Bocas del Toro. *La Prensa*, Panamá, 1991,p.4.

CARLES, RUBÉN DARÍO. *La Ciudad de Colón y la Costa de Oro*. 4. ed..Panamá: El Independiente, 1952.

CENSOS NACIONALES DE PANAMÁ. Censos Nacionales de Panamá 2010: XI de Población y VII de Vivienda. Acesso em: ,15 dez.2013. Disponível em: http://estadisticas.contraloria.gob.pa/Resultados2010/cuadros.aspx

CONNIF, MICHAEL L. Afro-West Indians on the Central American Isthmus: The Case of Panama. In: DAVIS, D. (Ed.). *Slavery and Beyond:* The African Impact on Latin America and the Caribbean. Wilmington, DE, 1995, p. 147-172. Scholarly Resources.

ESPINO, ARIEL. *Heritage Preservation*, Tourism, and Inclusive Development in the Casco Antiguo. Lincoln Institute of Land Policy (Land Lines Article), 2008. Disponível em: https://www.lincolninst.edu/pubs/download.asp?doc_id=755&pub_id=1519. Acesso em: 15 jan.2014.

FUTURE BRAND. *Country Brand Index Latin America*. 2013. Disponível em: http://www.futurebrand.com. Acesso em: 10 jan. 2014.

GABARRETE, JAVIER. *Bocas del Toro Celebra 92 Años de su Fundación*, *La Prensa*, p.13. Panamá, 1995.

GANDÁSEGUI, MARCO. *Las Clases Sociales en Panamá*: Grupos Humanos, Clases Medias, Elites y Oligarquía. Panamá: CELA, 1993.

GUERRÓN MONTERO, CARLA. Tourism and Afro-Antillean Identity in Panama. *Journal of Tourism and Cultural Change*, v.4, n.2, p.65-84, 2006a.

GUERRÓN MONTERO, CARLA. Racial Democracy and Nationalism in Panama. *Ethnology*, v.45, n.3, p.209-228, 2006b.

GUERRÓN MONTERO, CARLA. 'Can't Beat me Own Drum in me Own Native Land:' Calypso Music and Tourism in the Panamanian Atlantic Coast. *Anthropological Quarterly* 79 (4):633-663.

GUERRÓN MONTERO, CARLA. The 'Three Roots' of Panama's Cultural Heritage: The Construction of Racial and National Identities in Simulated Tourism. In: BAUD, MICHIEL; YPEIJ, ANNELOU (Eds.). *Cultural Tourism in Latin America:* The Politics of Space and Imagery. Leiden y Boston: Brill Academic Publishers, 2009. p.45-68.

GUERRÓN MONTERO, CARLA. Multicultural Tourism, DeMilitarization, and the Process of Peace-Building in Panama. HODGE, DERRICK; LITTLE, WALTER (Eds.) Special Issue Tourism and Social Control in the Americas, Journal of Latin American and Caribbean Anthropology 19(3):418-440, 2014.

GUILLÉN, DENISE. Turismo y Medio Ambiente. *La Prensa*, Panamá, 2000, p. 2A. Panamá.

HECKADON MORENO, STANLEY. 1980. Nota al Lector. In: REID, Carlos. *Memorias de un Criollo Bocatoreño*. Panamá: Litho-Impresora Panamá, 1980, p. 7-14.

HECKADON MORENO, STANLEY.Sumario Ejecutivo. In: HECKADON MORENO, STANLEY (Ed.) *Agenda Ecológica y Social para Bocas del Toro*. Panamá: Impresora Continental,1993, p. 5-26.

HOWE, JAMES. *Chiefs, Scribes, and Ethnographers*: Kuna Culture from Inside and Out. Austin: University of Texas Press, 2009.

INSTITUTO PANAMEÑO DE TURISMO. Análisis Estadístico Sobre el Movimiento Turístico, Período Enero a Diciembre 2002-2003. *Informe de la Dirección de Planificación y Desarrollo Turístico*. Panamá: IPAT, 2003, p.15.

INSTITUTO PANAMEÑO DE TURISMO. *Executive Synthesis Panama Sustainable Tourism Master Plan 2007-2020*. Instituto Panameño de Turismo and Tourism and Leisure Europraxis Consulting. Panamá, 2008, p.14.

INTERNATIONAL TECHNICAL COOPERATION AGREEMENT. *Synthesis Tourism Development Master Plan for Panama 1993-2002*, Panama: Panama Government Tourist Bureau (IPAT) and Organization of American States (OAS).1993.

JAÉN SUÁREZ, OMAR. *La Población del Istmo de Panamá.* Estudio de Geohistoria. Ediciones de Cultura Hispánica, Sociología y Política. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional, 1998.

KLYTCHNIKOVA, IRINA I.; DOROSH, PAUL A. 2009. *How Tourism can (and does) benefit the poor and the environment* - A case study from Panama. v.146, n.4, ago. 2009

MARTÍNEZ MAURI, MÓNICA. Molas, turismo y etnicidad entre los gunas de Panamá. Nuevos modos de relación con los emblemas identitarios. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural,* n.8, p.15-33, 2012.

MCWATTERS, MASON R. *Residential Tourism*: (De)Constructing Paradise. Bristol: Multilingual Matters/Channel View Publications, 2009.

MENESES ARAÚZ, EUNICE. *Informe Sombra ante el CERD Panama*. Coordinadora Nacional de Asociaciones Negras Panameñas, Panamá, 2010.

NEW YORK TIMES. The 45 places to go in 2012. *New York Times*, 6 jan. 2012.

ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS AMERICANOS (OEA). *Diagnóstico e Inventario del Potencial Turístico de la Zona 2: Bastimentos*. Organización de los Estados Americanos (OEA) e Instituto Panameño de Turismo (IPAT), 1998.

PANAMA MEDICAL TOURISM. *Welcome to Panama Medical Vacations*. Disponível em: http://www.panamamedicalvacations.com/index/panama-medical-tourism. Acesso em: 31 jan. 2014.

PANAMA: TOURISM FACILITIES INVESTMENT GUIDE. New York: Panama Government Investment Development Center, Industrial Development and Productivity Center.

PEREIRO PÉREZ, XERARDO; DE LEÓN, CEBALDO; MARTÍNEZ MAURI, MÓNICA; VENTOCILLA, JORGE; DEL VALLE, YADIXA. *Estudio Estratégico del Turismo en Kuna Yala*: Primera Versión del Informe de Investigación - 2008-2010. Panamá: SENACYT, 2010.

PEDDICORD, KATHLEEN. *The World's 8 Best Places to Retire in 2014*. Disponível em: http://money.usnews.com/money/blogs/On-Retirement/2013/12/31/the-worlds-8-best-places-to-retire-in-2014. Acesso em: 10 jan. 2014.

PÉREZ BALLADARES, CECILIA. *Turismo Patrimonial*. Conferencia de Turismo Patrimonial, Panamá, 1998. Instituto Panameño de Turismo, 1998, p.14.

RUDOLF, GLORIA. Turismo Residencial Rural, Desarrollo para Quien?. *La Estrella*, 15 set.2013. Disponível em: http://www.laestrella.com.pa/online/impreso/2013/09/15/turismo-residencial-rural-desarrollo-para-quien.asp. Acesso em: 31 jan.2014.

SÁNCHEZ, PETER M. The End of Hegemony? Panama and the United States. *International Journal on World Peace*, v.19, n.3, p.57-89, 2002.

SMITH LANCE, GUILLERMO. 1990. Interview with Ms. Verónica de Chen.. *Revista de la XXVIII Feria del Mar*, 1990, p.8.

SPALDING, ANA. *Re-making Lives Abroad*: Lifestyle Migration and Socio-Environmental Change in Bocas del Toro. 2011. Tese (Doutorado) - University of California, Santa Cruz, 2011.

STRASSNIG, CHRISTIAN. Rediscovering the Camino Real of Panama: Archaeology and Heritage Tourism Potentials. *Journal of Latin American Geography,* v.9, n.2, p.159-163.

THEODOSSOPOULOS, DIMITRIOS. Emberá Indigenous Tourism and the Trap of Authenticity: Beyond Inauthenticity and Invention. *Anthropological Quarterly*, v.86, n.2, p.397-425, 2013.

UNITED NATIONS DATA STATISTICS. Disponível em: http://data.un.org/Data.aspx?d=MDG&f=seriesRowID%3A581. Acesso em: 20 dez. 2013.

VELÁZQUEZ RUNK, JULIE. Indigenous Land and Environmental Conflicts in Panama: Neoliberal Multiculturalism, Changing Legislation, and Human Rights. *Journal of Latin American Geography*, v.11, n.2, p.21-47, 2012.

WILSON, TAMAR. Introduction: The Impacts of Tourism in Latin America. *Latin American Perspectives*, v.35, n.3, p.3-20, 2008.

WORLD BANK. World Development Indicators Online (WDI) database. 2012. Acesso em: 5 dez. 2013.

Referências sugeridas

Andrews, George Reid. 2009. 'Afro-Latin America: Five Questions', *Latin American and Caribbean Ethnic Studies* 4:2, 191-210.

Baud, Michiel and Annelou Ypeij, eds. 2009. *Cultural Tourism in Latin America: The Politics of Space and Imagery*. Leiden, The Netherlands: Brill.

Berger, Dina. 20-6. The Development of Mexico's Tourism Industry: Pyramids by Day, Martinis by Night. New York: Palgrave.

Bruner, Edward. 2005. *Culture on Tour: Ethnographies of Travel*. Chicago: University of Chicago Press.

Conniff, Michael L. 1995. "Afro-West Indians on the Central American Isthmus: The Case of Panama," in *Slavery and Beyond: The African Impact on Latin America and the Caribbean*. Edited by Darién Davis, pp. 147-172. Wilmington, DE: Scholarly Resources.

Diez Castillo, Luis A. 1981. *Los Cimarrones y los Negros Antillanos en Panamá*. Panamá: Impresora R. Mercado Rudas.

Fuller, Norma. 2009. *Turismo y Cultura: Entre el Entusiasmo y el Recelo*. Lima, Perú: Fondo Editorial, Pontificia Universidad Católica del Perú.

Gaskin, Edward A. 1984. Blacks Played Significant Role in Improving Life on the Isthmus of Panama. Balboa: Gebsa de Panamá.

Little, Walter. 2004. Mayas in the Marketplace: Tourism, Globalization, and Cultural Identity. Austin: University of Texas Press.

Minca, Claudio and Tim Oakes, eds. 2006. *Travels in Paradox: Remapping Tourism.* Lanham, MD: Rowman and Littlefield.

Scarpaci, Joseph L. 2005. Plazas and Barrios: Heritage Tourism and Globalization in the Latin American Centro Histórico. Tucson: University of Arizona Press.

Wilk, Richard. 2006. Home Cooking in the Global Village: Caribbean Food from Buccaneers to Ecotourists. New York: Berg.

Ypeij, Annelou y Annelies Zoomers, eds. 2006. *La Ruta Andina: Turismo y Desarrollo Sostenible en Perú y Bolivia*. Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala.

Referências na internet

Página da Autoridade Nacional do Meio Ambiente

http://www.atp.gob.pa/

Página Bocas Panamá

http://www.bocaspanama.com

Página Discover Bocas del Toro

http://www.discoverbocasdeltoro.com

Página Oficial da República do Panamá

http://www.visitpanama.com/index.php?lang=en

Estudos de Caso en Panamá

A Look at Successful Experiences of Agrotourism in Latin America

http://www.iica.int/Esp/organizacion/LTGC/agroturismo/Publicaciones%20de%20Agroturismo/B2018i.pdf

CAPÍTULO 12

CAMINHO PARA O SUCESSO? O TURISMO COMO UMA FERRAMENTA PARA O DESENVOLVIMENTO COM INCLUSÃO NO VALE DO COLCA, PERU

María Luisa Rendón
Simon Bidwell

Introdução

Durante a última década, o Peru experimentou um rápido crescimento econômico, impulsionado pela alta inédita dos preços internacionais de minerais e pelo investimento público e privado, que levou a um período econômico estável e liberal. No entanto, grupos significativos da população não tiveram acesso a esse crescimento, especialmente os localizados no interior do país. De fato, ampliaram-se as brechas socioeconômicas, fomentando um número crescente de conflitos social (Bidwell, 2011; Toche, 2011). Embora os partidos políticos e movimentos sociais no Peru tenham distintas estratégias e discursos, a maioria reconhece a urgência de um desenvolvimento mais inclusivo. Nesse contexto, o turismo surgiu como uma maneira de diversificar a economia, gerar emprego e oferecer receitas adicionais para as populações em áreas historicamente marginais, assim como de proteger o meio ambiente e revalorizar as culturas locais.

Portanto, o aporte potencial do turismo ao desenvolvimento com inclusão encontra-se dentro dos critérios mais importantes para o "sucesso" do turismo no contexto peruano e, por essa razão, para este capítulo foi escolhido o caso do estudo do Vale do Colca, na serra sulina do Peru. Cabe

destacar que não se considera a região do Colca como um caso inequívoco de sucesso, ao contrário, reconhecem-se vários problemas relacionados com a maneira como o turismo desenvolveu-se na área. No entanto, defende-se que as experiências específicas vivenciadas nos lugares onde essas populações locais se desenvolveram foram respostas criativas à chegada do turismo e são, portanto, bons exemplos de como o turismo pode abrir novos espaços para um desenvolvimento mais inclusivo.

Outros casos no Peru são apresentados como exemplos bem sucedidos do desenvolvimento turístico. Entre eles, pode-se mencionar o convênio entre a operadora turística Rainforest Expeditions e a comunidade do Infierno, na região amazônica de Madre de Dios (STRONZA, 2008; GORDILLO JORDAN, HUNT; STRONZA, 2008) e as ilhas de Taquile y Amantani, no lago Titicaca (CHEONG, 2008; GASCÓN, 2005; ZORN; FARTHING, 2007), citados com frequência como exemplos de turismo comunitário. Do mesmo modo, algumas pesquisas mais recentes analisaram os vários resultados de iniciativas turísticas relacionadas com o desenvolvimento de sítios arqueológicos nas regiões nortenhas de La Libertad e Lambayeque, onde se destaca o papel dos governos regionais e locais (RENDÓN, 2006; RANABOLDO; SCHETJMAN, 2009). Todos esses estudos oferecem análises importantes da dinâmica do desenvolvimento turístico, incluindo elementos como a colaboração, o conflito e a importância da planificação.

O presente caso de estudo foi escolhido por dois principais motivos. Primeiro, se o turismo vai contribuir para o objetivo do desenvolvimento por inclusão, como se sustenta nos discursos dos governos e das ONGs, terá que fazê-lo nas áreas povoadas e nas rotas populares, como é o caso do Vale do Colca. Segundo, qualquer estudo sobre desenvolvimento turístico deve considerar as diversas perspectivas e motivos dos diferentes atores e reconhecer que os conflitos e dilemas que surgem dessa diversidade podem ser tão interessantes e educativos quanto os sucessos parcelares. As complexidades do Vale do Colca, sobre as quais se falará neste capítulo, ressaltam a multiplicidade de atores envolvidos e apresentam-se como excelentes exemplos dos conflitos e como espaços para uma reflexão crítica.

Na primeira parte deste artigo, apresenta-se um breve resumo das diferentes perspectivas sobre o que se considera "sucesso" no turismo, descrevendo-se o movimento desde um enfoque sobre a sustentabilidade ambiental e a reincorporação recente de critérios econômicos, especialmente no marco do turismo "pro pobre". Na segunda seção, descreve-se o contexto peruano e se mostra como se geraram expectativas de que o turismo possa contribuir para promover um desenvolvimento com inclusão. Na seguinte seção, analisa-se a evolução do turismo nos distritos de Cabanaconde, Tapay e Sibayo, no Vale do Colca, explicando os êxitos em cada distrito e os problemas correspondentes. Finalmente, se descrevem os espaços para o diálogo e a aprendizagem mútua no Vale do Colca, o que poderia oferecer a possibilidade de estender os benefícios e enfrentar os problemas para, assim, gerar um desenvolvimento turístico que realmente se possa considerar "bem sucedido".

Perspectivas teóricas sobre o sucesso no turismo

Há uma ampla literatura sobre o que se podia considerar sobre o "sucesso" em turismo, a qual, nos últimos anos, focou-se especialmente nos vínculos entre o turismo, o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza. Alguns autores defenderam que o turismo pode ser "uma ferramenta para a eliminação da pobreza" (OMT, 2004) e "uma forma positiva de desenvolvimento devido à sua capacidade de incrementar o PIB, atrair investimento externo, criar emprego e reduzir a pobreza" (BAUD; YPEIJ; ZOOMERS, 2006, p.12), enquanto outros sugerem que pode oferecer oportunidades para "aprendizagem, liderança, empoderamento e democracia" (MAIR; REID, 2007).

Durante a história contemporânea, foram mudando as perspectivas a respeito do que se poderia definir como sucesso em turismo. Sempre se reconheceu o turismo como fonte de divisas estrangeiras e impulso para o crescimento econômico, com efeitos multiplicadores importantes, por conta de seus vínculos com outros setores da economia. Há argumentos que assinalam o turismo como a maior indústria mundial: abarca o movimento de 980 milhões de viajantes internacionais por ano (OMT, 2012) e

representa 10% do emprego total na economia global (STRONZA, 2008). No entanto, o turismo também pode gerar novos conflitos, desequilíbrios e desigualdades (GASCÓN, 2005). Alguns analistas defenderam que, em certas circunstâncias, o turismo simplesmente reproduz uma economia de "enclave", que é dominado por interesses estrangeiros do tipo que, historicamente, foram associados com o subdesenvolvimento e a desigualdade, em especial na América Latina (MOWFORTH; CHARLTON; MUNT, 2009; SCHEYVENS, 2002; SCHILCHER, 2007). O turismo também pode causar danos ou deterioração dos recursos naturais ou culturais dos quais depende e faz uso. De fato, tais eram as preocupações em relação aos impactos negativos do turismo que o Banco Mundial e o Banco Interamericano de Desenvolvimento deixaram de financiar projetos relacionados com o turismo nos anos de 1970 (HONEY, 2008).

Durante os anos de 1980 e 1990, surgiu um crescente interesse pela questão da sustentabilidade em turismo, associado com o Informe de Brundtland, divulgado pelas Nações Unidas em 1987, sobre o desenvolvimento sustentável. As definições de sustentabilidade incluem referências a elementos tanto humanos como ecológicos. Como sugere Elizalde (2004), a sustentabilidade implica rechaçar a lógica capitalista de acumulação e reconhecer a diversidade, enquanto se evita a "falácia da separação": os seres humanos não existem isoladamente, mas somente em conexão com outros seres e o ambiente.

Enquanto o turismo sustentável propõe desenvolver operações economicamente viáveis sem destruir os recursos sobre os quais se baseia, o ecoturismo estabelece o objetivo mais radical de conservar ativamente o ambiente e melhorar o bem estar das populações locais (HONEY, 2008; UDHAMMAR, 2006). Até fins da década de 1990, surgiu abundante literatura sobre o turismo sustentável e o turismo responsável; e os interesses das ONGs, instituições multilaterais e agências de cooperação confluíram de forma tal que as Nações Unidas declararam o ano de 2002 como o Ano Internacional do Ecoturismo[1]. No entanto, houve uma controvérsia significativa em torno das chamadas formas "alternativas" de turismo. Em

1 No mundo acadêmico, o primeiro número do *Journal of Sustainable Tourism* foi publicado em 1992 e o do *Journal of Ecotourism* no ano de 2002.

particular, alguns autores argumentam que o turismo sustentável e o ecoturismo não são diferentes do turismo convencional, ou que são dirigidos por uma filosofia de "*parks not people*" (parques e não pessoas) que excluiu as populações locais e aportou poucos benefícios para o desenvolvimento local (BARKIN, 2002; BELSKY, 1999; CARRIER; MACLEOD, 2005; DUFFY, 2002; STONICH, 1998; UDHAMMAR, 2006).

Em parte por conta dessas críticas, nos últimos 10 a 15 anos se viu uma reorientação teórica com ênfase nas oportunidades para as populações locais, a fim de controlarem o turismo ou participarem dele e obter benefícios econômicos, reduzindo assim as desigualdades. Essa reorientação está baseada em argumentos segundo os quais o turismo gera mais emprego que a maioria dos outros setores, oferece oportunidades para a participação de pequenos negócios ou empresas familiares, oferece maiores oportunidades de trabalho às mulheres e traz mercados internacionais para as áreas rurais marginalizadas (ASHLEY ET AL, 2001; ASHLEY; MITCHELL, 2008; WTO, 2002).

Um modelo predominante é o do turismo de base comunitária, o que na América Latina geralmente se chama turismo rural comunitário (TRC). Essa modalidade de turismo é concebida como uma atividade compatível com as ocupações existentes nas comunidades rurais (tais como a agricultura, pecuária e artesanato) e pressupõe a oferta, ao turista, da experiência de viver com as populações locais, compartilhando suas atividades diárias (CORIOLANO; PERDIGÃO, 2005; MINCETUR, 2011; ZAPATA; HALL; LINDO; VANDERSCHAEGHEN, 2011). Sua popularidade se deve em parte à fama de algumas iniciativas "bem sucedidas", incluindo várias na América Latina (BORMAN, 2008; DUFFY, 2002; STRONZA, 2008; ZORN; FARTHING, 2007), nas quais as populações locais não só se aproveitaram das oportunidades do turismo, mas também negociaram suas próprias definições de espaço turístico, para defender seu acesso a diversos recursos contra indústrias extrativas, expropriações e desapropriação (CORDERO, 2006; DUFFY, 2002; PRIETO, 2011; WEARING; MACDONALD, 2002; YPEIJ; ZOOMERS, 2006).

Nas duas décadas passadas, proliferaram projetos de TRC, por meio do "mundo em vias de desenvolvimento", frequentemente iniciados por

ONGs e por agências de cooperação em um esforço para reduzir a pobreza ou promover a conservação ecológica. Na América Latina, houve esforços de compartilhamento de experiências existentes e sistematização da implantação de novas iniciativas (ILO, 2001; MALDONADO, 2002, 2003, 2006). Os que propõem o TRC tendem a prescrever modelos específicos de turismo, enfatizando a participação local e a gestão comunitária, de maneira independente ou em associação com algum intermediário externo, como ONG, agência de cooperação ou operadores turísticos privados "responsáveis" (HOCKERT, 2009; MOWFORTH; CHARLTON; MUNT, 2009; ZAPATA ET AL, 2011). Os beneficios que se espera obter do TRC não são só de ordem econômica ou ecológica, mas também em termos de melhoria da autoestima pessoal e comunitária, valorização de recursos culturais, desenvolvimento de novas habilidades e criação de alianças e associações (Borman, 2008; Duffy, 2002; ILO, 2001; Scheyvens, 2002).

Foram feitas várias críticas ao TRC; algumas sustentam que os projetos frequentemente não reconhecem as lógicas heterogêneas, a diversidade e as relações de poder dentro das comunidades (BELSKY, 1999; PRIETO, 2011), enquanto outras assinalam que a maioria dos projetos de TRC não foram economicamente viáveis devido às falhas de gestão, à falta de demanda real, à comercialização débil ou por encontrarem-se demasiadamente distante dos principais roteiros turísticos (HARRISON; SCHIPANI, 2007; MITCHELL; MUCKOSY, 2008; SANCHO, 2001; ZAPATA et al, 2011). Alguns analistas críticos do TRC defenderam um enfoque alternativo, traduzido pelo termo "*pro-poor tourism*" (turismo pró-pobre ou PPT, sigla da expressão em inglês). Em vez de prescrever modelos específicos de gestão turística, o PPT propõe pequenas modificações nas cadeias produtivas do turismo para se atingirem "benefícios líquidos para os pobres" (ASHLEY; GOODWIN; ROE, 2001; ASHLEY; HAYSOM, 2006; ASHLEY; MITCHELL, 2008, MEYER, 2007). O PPT tem o objetivo de gerar benefícios econômicos, sociais, culturais ou ambientais para todos os pobres, não somente por meio de projetos de turismo comunitário, mas também por meio de outras atividades, serviços ou emprego vinculados aos principais roteiros turísticos, de melhorias na infraestrutura vinculada

ao desenvolvimento turístico e da participação dos pobres no processo de tomada de decisões relativas ao turismo. Entre as críticas ao PPT, é dito que lhe falta coerência teórica, que não se diferencia suficientemente do turismo comunitário, que não é capaz de definir consistentemente quem são os "pobres" e que carece de um enfoque na desigualdade (ASHLEY; GOODWIN; ROE, 2001; HARRISON, 2008).

Então, dadas essas mudanças nas ênfases e definições, o que é que, agora, garante o turismo "bem sucedido"? Alguns autores propõem uma definição neutra e técnica de sucesso. Por exemplo, Zoomers sugere que "para que o turismo nos Andes contribua para o desenvolvimento sustentável e para aliviar a pobreza, dependerá muito de se os planejadores conseguem (a) atrair o tipo adequado de turista, (b) controlar os custos e os benefícios e (c) proteger os sítios da degeneração ambiental e cultural" (Ypeij; Zoomers, 2006, p.279). No entanto, a revisão de definições mais concretas do que seja sucesso em turismo revela uma gama de critérios que não necessariamente são compatíveis e, além disso, poderiam ser conflitantes.

Alguns destes poderiam ser:

- Critérios macroeconômicos tais como o total de visitantes, ganhos ou empregabilidade, disponibilidade de capital internacional e nacional e acesso ao financiamento para começar ou melhorar as iniciativas de turismo (HAMPTON, 2003).
- Critérios relacionados com a qualidade, incluindo a acessibilidade e disponibilidade de infraestrutura, serviços e entretenimento (CORIOLANO; PERDIGÃO, 2005), assim como as habilidades e capacidades locais (DULON, In: YPEIJ; ZOOMERS, 2006; MALDONADO, 2006).
- Critérios relacionados com o planejamento efetivo, a aplicação de políticas nacionais e internacionais e o desenvolvimento de novos roteiros e destinos (Dulon, In: YPEIJ; ZOOMERS, 2006).
- Critérios relacionados com a sustentabilidade ambiental e sociocultural (HOCKERT, 2009; HONEY, 2008; MAIR; REID, 2007; UDHAMMAR, 2006).

- Critérios relacionados com o desenvolvimento inclusivo; por exemplo, se os negócios turísticos têm donos locais, são de pequena escala (DEBBAGE, 2000) e estabelecidos como parte de um desenvolvimento comunitário (HAMPTON, 2003) assim como, se os benefícios econômicos do turismo chegam aos "pobres" (ASHLEY, 2001; ASHLEY; GOODWIN; ROSE, 2008; HARRISON, 2008; MEYER, 2007).
- Critérios relacionados mais genericamente com a participação e o controle local (BINNS; NEL, 2002, P.244; MAIR; REID, 2007; UDDHAMMAR, 2006), com o "fortalecimento identitário e cultural dos grupos anfitriões" (PRIETO, 2011, p.16), com a presença de liderança local e a formação de alianças, unidade comunitária, visão, capacidade organizacional e capital social (LASSO; LYALL, IN: PRIETO, 2011; MAIR; REID, 2007).

As diferenças e contradições potenciais nesses critérios sugerem que não há uma definição única de turismo bem sucedido e que não há nenhuma visão de sucesso que seja "neutra". Note-se a necessidade de entender as perspectivas múltiplas e os possíveis conflitos entre diferentes atores na negociação do desenvolvimento turístico. Na seção seguinte, são descritos os critérios de sucesso que se evidenciam como mais importantes no Peru.

O contexto peruano: o papel do turismo no desenvolvimento com inclusão

Para compreender as perspectivas sobre o sucesso no turismo no Peru contemporâneo, é necessário aprofundar-se nas raízes dos problemas sociais, como a pobreza e desigualdade, que persistiram apesar do alto crescimento econômico da última década. Historicamente, o subdesenvolvimento no Peru esteve sempre associado a dois temas: o legado de sua história pós-conquista de exploração e estratificação social (Peru foi o centro político e administrativo do império espanhol na América do Sul) e sua posição subalterna na economia internacional, como exportador de matérias

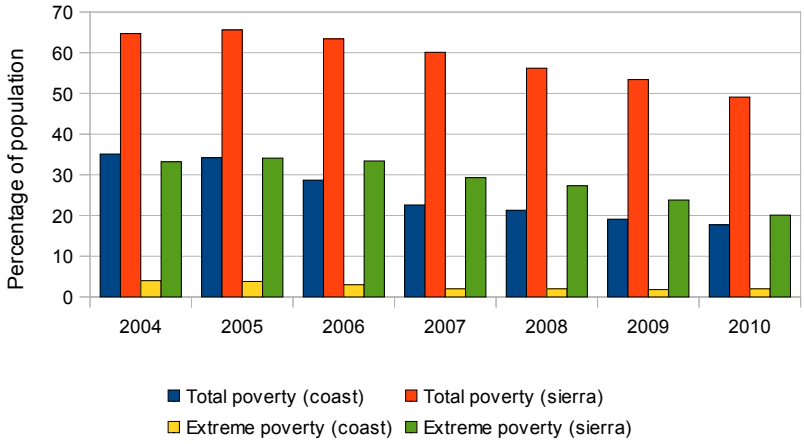
primas (CARDOSO ; FALETTO, 1979; DRINOT, 2006; FRIEDMAN, 1984; KAY, 1982; THORP; BERTRAM, 1980).

Depois da independência, a economia peruana experimentou uma série de *booms* econômicos relacionados à exportação de matérias primas, incluindo o guano, a borracha, o salitre e a lã, no século XIX, enquanto o petróleo e os minerais adquiriram mais importância nos séculos XX e XXI. Esses *booms* exportadores tendem a ser econômica e ambientalmente não sustentáveis; seus benefícios concentram-se nas mãos de poucos, frequentemente em interesses estrangeiros; e fazem pouco por gerar empregos de longo prazo ou dinamizar outros setores da economia (THORP; BERTRAM, 1980).

A dependência econômica na exportação de matérias primas foi complementada pelo desenvolvimento frágil da democracia, interrompida por períodos de governos autoritários, especialmente nos anos de 1948-56, 1962-63, 1968-79 e 1992-99. Isso tendeu a debilitar a já débil sociedade civil e a dificultar o desenvolvimento efetivo e a democracia nas instituições (DRINOT, 2006).

Depois do retorno à democracia no ano 2000, a economia do Peru cresceu rapidamente, impulsionada pelo *boom* da exportação de minerais, com o que, por conta do nível de participação de investimentos estrangeiros, perde-se cerca de sete por cento do PIB no envio de utilidades ao estrangeiro (DANCOURT, 2008). O progresso social foi muito mais lento: apesar de a escala de crescimento durante o mais recente *boom* dos minerais ter impulsionado uma notável redução da pobreza (Figura 1), as brechas sociais se aprofundaram e a pobreza persistiu, sobretudo, na serra, nas áreas rurais e em certas áreas do país (BIDWELL, 2011; BIDWELL; MURRAY, enviado para publicação [b]). O desenvolvimento desigual fomentou um número crescente de conflitos sociais, muitos deles relacionados a disputas de propriedade e de uso dos recursos naturais, especialmente em regiões que foram assinaladas como zonas de investimento por indústrias extrativas, onde também se concentra com maior intensidade a pobreza e a exclusão (HINOJOSA et al, 2009; TOCHE, 2011).

Figura 1. Pobreza e extrema pobreza na costa e na serra peruanas, 2004-2010.



Fonte: Elaboração própria com dados do INEI (2010), acesso em março de 2012.

Apesar de as estratégias e propostas diferirem, a maioria dos partidos políticos e movimentos sociais peruanos reconhece a urgência de mover-se em direção ao desenvolvimento inclusivo. Dentro desse conceito, o crescimento econômico é somente um aspecto crucial para contribuir para "(…) avançar em outros âmbitos relativos às políticas de inclusão, coesão e integração social" (ROJAS ARAVENA, 2011, p.15). Sabe-se que esses objetivos requerem não somente programas sociais redistributivos, mas também atividades econômicas diversificadas que gerem emprego, descentralização e instituições mais fortes (ROJAS ARAVENA, 2011).

É neste contexto que o turismo converteu-se em um campo atraente e herdou diversas expectativas que atualmente se traduzem nos critérios predominantes para a definição de "sucesso". O turismo apresentou-se como fonte de diversificação econômica, como meio para contribuir para a integração regional e nacional, e como fonte alternativa de ingressos que pode contribuir para reduzir a pobreza e promover a inclusão social em áreas marginalizadas como a serra rural. Como exemplo desse discurso, o atual presidente Ollanta Humala indicou, em uma entrevista de televisão durante a campanha eleitoral de 2001, que:

> Agora não podemos ser tão irresponsáveis de acreditar que os preços internacionais (dos minerais) vão continuar altos por 10 ou 20 anos; isso não é sustentável no tempo. Este é o momento, agora que há dinheiro, de estabilizar e consolidar o crescimento econômico através de outras atividades produtivas como o turismo, como a agricultura, a agroindústria, a agroexportação, a pecuária, (e) as indústrias nacionais." (Panamericana Televisión, 2011)

O turismo, certamente, tem escala suficiente para causar impactos. O Peru atualmente recebe três milhões de visitantes internacionais por ano e o turismo contribui com 3,7% do PIB (CAN, 2011), gerando um montante equivalente em divisas estrangeiras de 10% das exportações (MINCETUR, 2010).[2] A Lei Geral do Turismo declara o turismo como de "interesse nacional" e aponta o Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) como sua principal ferramenta de planejamento. Os representantes do setor privado pedem uma "ação urgente" e destacam a "necessidade de desenvolver uma visão compartilhada" do turismo no Peru[3]. No entanto, não é somente no nível governamental que o turismo é visto como uma prioridade para alcançar a inclusão. O turismo também foi apresentado como uma alternativa pelas populações locais, que buscam o desenvolvimento econômico, ou que resistem à incursão de indústrias extrativas, uma tendência verificada no Equador e na Bolívia, além de no Peru (BORMAN, 2008; ENLACE NACIONAL, 2007; ZORN; FARTHING, 2007, citando MONTE, 2005).

O Ministério do Comércio Exterior e Turismo (MINCETUR) é o organismo responsável pela regulação e desenvolvimento do turismo no Peru. Seu objetivo principal para o ano 2018 é "estabelecer o turismo sustentável como uma ferramenta para o desenvolvimento socioeconômico do Peru" (MINCETUR, 2008a). Para isso, foi estabelecida uma série de

---

2 Os atrativos principais incluem destinos como Machu Pichu e Cusco, Arequipa e o Lago Titicaca no sul; Huaraz, Trujillo e Lambayeque, no norte; Iquitos, Tambopata e Manu, na Amazônia e Lima, como cidade capital.

3 ntrevistas exploratórias realizadas pelo Vice-ministério de Turismo - MINCETUR (Maio de 2012).

objetivos específicos, que incluem: fomentar o investimento em turismo; melhorar e desenvolver novos produtos e destinos; criar modelos de gestão do turismo que promovam a inclusão; incentivar a competitividade e o acesso a mercados internacionais de produtos associados, tais como o artesanato, e assegurar o uso sustentável do patrimônio natural e cultural.

O progresso é avaliado por uma série de indicadores que representam "medidas do êxito" (MINCETUR, 2008a). O PENTUR define oito "virtudes do destino" que prioritariamente têm a ver com o acesso ao mercado e a sua qualidade (tais como infraestrutura e serviços adequados, demanda genuína e imagem de *marketing*), mas também incluem a existência de "espaços para a colaboração público-privada" e a elaboração de um plano regional de desenvolvimento turístico (PERTUR). Também foi criado um Plano Nacional de Qualidade Turística (CALTUR), que se orienta a "promover a competitividade" e aqueles objetos que incluem o desenvolvimento de recursos humanos competentes, práticas de negócio responsáveis, uso sustentável de sítios turísticos e de destinos seguros e bem administrados (MINCETUR, 2008b).

Pode-se sustentar que esses indicadores – do que se considera como "sucesso" para o MINCETUR – podem ser relacionados com paradigmas "neoestruturalistas" ou "neoliberais reformulados", nos quais a ênfase unívoca em prol do crescimento econômico é substituída por critérios mais amplos de competitividade internacional e coordenação social (LEIVA, 2008). No entanto, dentro desse enfoque geral, deu-se também ênfase específica ao "envolvimento de populações rurais (...) para realizar uma importante contribuição à governança do turismo" (MINCETUR, 2011: 3).

Nos anos recentes, assistiu-se ao desenvolvimento de um programa nacional dedicado ao turismo rural comunitário (TRC), o qual começou no ano de 2006, baseado na "existência de espaços naturais e culturais" e "mudanças nas necessidades e preferências dos visitantes, orientadas na direção do desejo por ter experiências" (MINCETUR, 2011; MINCETUR, 2008c). O TRC baseou-se, ainda, no potencial do turismo como "uma atividade com benefícios econômicos" que "constitui uma ferramenta para o desenvolvimento" e que, nas áreas rurais, pode "incluir populações que por

anos careceram de oportunidades vinculadas ao desenvolvimento social, econômico e ambiental" (MINCETUR, 2008c, p.5).

O programa nacional TRC promoveu uma série de conferências nacionais designando "lugares piloto" em regiões do país que são consideradas por ter um alto potencial para o turismo rural comunitário (incluindo Sibayo, que será tratado neste capítulo). Os alinhamentos para o turismo rural comunitário foram desenvolvidos no ano 2006 (MINCETUR, 2006). A intenção geral do programa é oferecer orientação e assistência técnica às iniciativas existentes desenvolvidas por empreendedores locais ou fomentadas pelas ONGs e agências de cooperação, "com sucesso em alguns casos , mas em outros com resultados negativos, por conta da omissão de princípios básicos de desenvolvimento turístico" (MINCETUR, 2008c, p.4).

Com o passar do tempo, é possível detectar uma mudança sutil na ênfase das políticas e discursos sobre o turismo rural no Peru. Por exemplo, os alinhamentos formulados no ano 2006 prescrevem o desenvolvimento de modelos específicos de turismo administrado pelas comunidades. As publicações mais recentes e as entrevistas realizadas pelos autores indicam uma visão mais flexível, segundo a qual as populações locais podem ser incluídas na cadeia produtiva do turismo de várias maneiras. Por exemplo, por meio do desenvolvimento de atividades alternativas dentro da esfera de "atrativos âncora"[4]. Na estratégia oficial de desenvolvimento do turismo, o MINCETUR indica que passou de um "enfoque de pobreza" para um "enfoque empresarial" no qual se promovem "negócios viáveis e sustentáveis" para gerar "bem estar sustentável e inclusão" (MINCETUR, 2011). Em discussões recentes, representantes do MINCETUR indicaram que consideram a integração de populações rurais na cadeia produtiva do turismo como um dos mais importantes elementos do sucesso do turismo no Peru[5]. Desta forma, apesar de uma análise mais profunda revelar lógicas diferen-

4 De acordo com a entrevista realizada pelo Diretor Nacional de Produto Turístico no MINCETUR (Maio de 2012).

5 De acordo com a informação fornecida pelo coordenador do programa de TRC no MINCETUR (Maio de 2012). Poder-se-ia dizer que isso representa um movimento de enfoque de "turismo comunitário" para a filosofía do "turismo pró pobre".

tes e até contraditórias relacionadas com a atividade turística, as políticas nacionais de turismo têm uma correspondência geral com as demandas de movimentos sociais e populações locais que veem o turismo como uma oportunidade para seu empoderamente social e econômico.

Para ter sucesso nesses termos, o desenvolvimento turístico precisa se diferenciar daquele visto nos destinos mais importantes do Peru: Cusco e Machu Picchu. Nesses destinos, a concentração no Santuário Histórico de Machu Picchu significou, ao fim, que uma grande proporção dos benefícios do turismo foi captada por grandes investidores, como a companhia de propriedade multinacional Peru Rail, que manteve o monopólio do transporte entre o sítio arqueológico e a cidade de Cusco (*The Economist*, 22 abr. 2010). Existem estudos que argumentam que o desenvolvimento em Cusco foi dominado, em geral, por interesses urbanos e que incluiu as populações camponesas rurais (VAN DE BERGHE; FLORES OCHOA, 2000; HILL, 2007, 2008). Esta hipótese está respaldada pelas cifras: desde 1995 até 2008, o total de visitantes a Machu Picchu aumentou seis vezes, passando de 160.000 a 916.000 (AUTOCOLCA, 2006; INEI, 2011); em Cusco, no entanto, a pobreza permaneceu alta e desde 2004 até 2009 apenas foi reduzida em dois pontos percentuais, de 53 para 51 (INEI, consultado em julho de 2011).

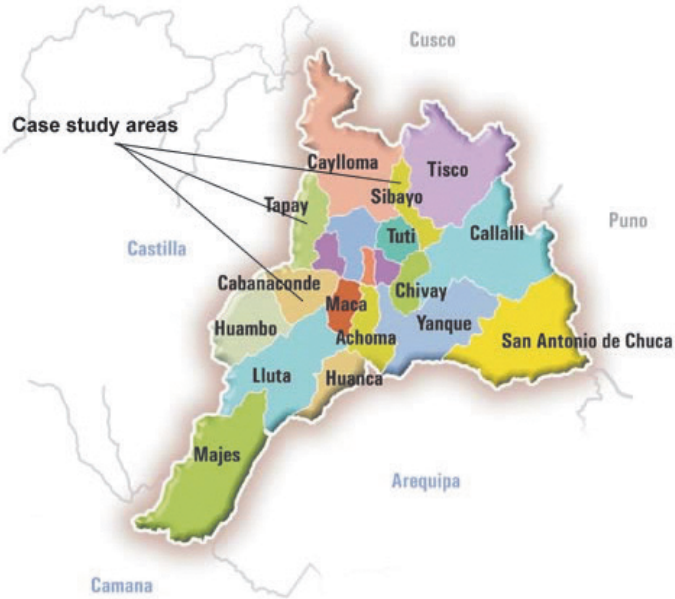
No Vale do Colca, em Arequipa, que atualmente disputa o título de segundo destino mais popular do Peru[6], o desenvolvimento turístico se deu de uma maneira um pouco diferente. O turismo na região de Colca evoluiu espontaneamente, com relativamente pouca presença de grandes investidores e com elevada participação de pequenos negócios regionais e locais. Apesar de esse estilo de desenvolvimento ter gerado seus próprios problemas, também permitiu espaços para uma significativa participação das populações locais. Com base em uma análise dessa participação, se pode sustentar que o Colca alcançou – ou, ao menos, atendeu – a alguns dos critérios para o sucesso discutidos previamente. Nas seções seguintes, se descrevem exemplos desses êxitos e se indicam as limitações correspondentes.

6 Junto com as Líneas de Nazca e o Lago Titicaca.

O contexto local do Vale do Colca

O Vale do Colca está inteiramente localizado na província de Caylloma, na região de Arequipa, no sul do Peru (Figura 2). Trata-se de uma bacia andina rodeada ao norte e ao sul por montanhas cujos cumes se levantam a uma altura de até 6.300 metros; em seu lado ocidental, uma combinação de forças sísmicas e hidrológicas criou um cânion que alguns cientistas consideram a possibilidade de ser o mais profundo do mundo[7]. A entrada mais acessível para o Valle está a aproximadamente três horas da cidade de Arequipa, por uma estrada que continua em direção à capital da província de Chivay, que tem uma população de aproximadamente 6.500 habitantes; deste ponto, as vias divergem em direção aos diferentes distritos do Valle.

Figura 2 - Os distritos do caso de estudo – Cabanaconde, Tapay y Sibayo – dentro da província de Caylloma, região de Arequipa.



Fonte: http://es.wikipedia.org (modificação própria)

7 Há um debate científico sobre as respectivas dimensões do Canion de Colca e do Canion Cotahuasi (ambos localizados na região de Arequipa, no Peru).

A região do Colca foi povoada por milhões de anos e seu desenvolvimento agrícola recebeu importantes influências das culturas Wari (de aproximadamente 600 a 900 d.C.) e Inca (a partir de 1450 d.C.). Como em muitas partes do Peru, a chegada dos espanhóis resultou em uma pronunciada despovoação, devido às enfermidades importadas e pelo trabalho forçado nas minas próximas. Em 1580, o vice-rei Toledo ordenou a redução das povoações que estavam separadas pelo Valle, para formar uma série de áreas urbanas de ambos os lados do Rio Colca, as quais deixaram as bases para as atuais capitais industriais. Durante o auge da exportação de lã, no século XIX, imigrantes brancos e mestiços anexaram grandes extensões de terra para formar fazendas, que permaneceram ativas até a reforma agrária conduzida nos anos de 1960 (AUTOCOLCA, 2006). A transformação mais importante do século XX foi o Projeto Majes, uma iniciativa estatal para construir uma represa na cabeceira do Rio Colca e desviar suas águas para irrigar os Pampas de Majes, uma zona árida entre a cidade de Arequipa e a costa. As estradas e túneis construídos pelo projeto melhoraram o transporte através do Valle; no entando, o projeto também teve impactos econômicos, sociais e ambientais negativos, e os residentes foram marginalizados em relação aos benefícios (PAERREGAARD, 1997; GELLES, 2000). Somente quando alguns residentes do povoado de Cabanaconde romperam o canal com dinamite para desviar a água em direção às suas chácaras, que sofriam com a seca, as autoridades concederam uma cota de água a todos os distritos por onde passava o canal (GELLES, 2000; comunicações pessoais).

Hoje em dia, a agricultura e a pecuária seguem sendo as atividades econômicas mais importantes para a maioria da população. O impacto dos fluxos migratórios se evidencia pelo fato de que a população de aproximadamente 33.000 pessoas de 2007 é somente um pouco menor que a de 1961, enquanto, no mesmo período, tanto a população da região de Arequipa, quanto a do Peru, triplicaram (BIDWELL, 2011)[8].

8 Estima-se que a população do Valle del Colca, em 2007, de acordo com os dados do Censo do mesmo ano para a província de Caylloma, seja inferior à população de Majes, um distrito recentemente criado e incorporado à província em 1993 (BIDWELL, 2011).

Portanto, muitos aspectos do Vale do Colca refletem temas que caracterizam o Peru, quais sejam: épocas de atividades econômicas extrativas e não sustentáveis, estratificação social baseada na raça e, mais tarde, na cultura e na etnicidade, e desequilíbrios profundos entre centros urbanos dinâmicos e áreas rurais empobrecidas. Assim, a entrada de turismo a partir dos anos 1980 permite uma avaliação de seu potencial para contribuir com uma forma de desenvolvimento mais inclusivo.

A evolução do turismo no Vale do Colca

O turismo no Vale do Colca tornou-se viável graças ao melhoramento das vias terrestres em direção ao Valle, um dos resultados do Projeto Majes. Além disso, em 1981, uma expedição polaca que navegou em balsa pelo Rio Colca noticiou que o Vale do Colca poderia ser o mais profundo do mundo, o que atraiu a atenção mundial. Em 1986, reconheceu-se o potencial turístico do Colca, com a criação da Autocolca, uma autoridade autônoma encarregada do desenvolvimento turístico da região. No entanto, foi somente em meados da década de 1990 , quando o fim da guerra civil (terrorismo) permitiu a retomada dos fluxos turísticos ao Peru, que o turismo para a região do Colca cresceu rapidamente. Além da paisagem espetacular e das diversas manifestações culturais, o atrativo âncora do Colca é a Cruz del Cóndor, um mirante ao lado da estrada, no distrito de Cabanaconde, onde as maiores aves voadoras do mundo tomam as correntes termais de ar da manhã, voando somente uns poucos metros acima dos turistas, que as ficam admirando (Figura 3).

Figura 3 - Turistas na Cruz del Cóndor, observando o voo do condor andino.

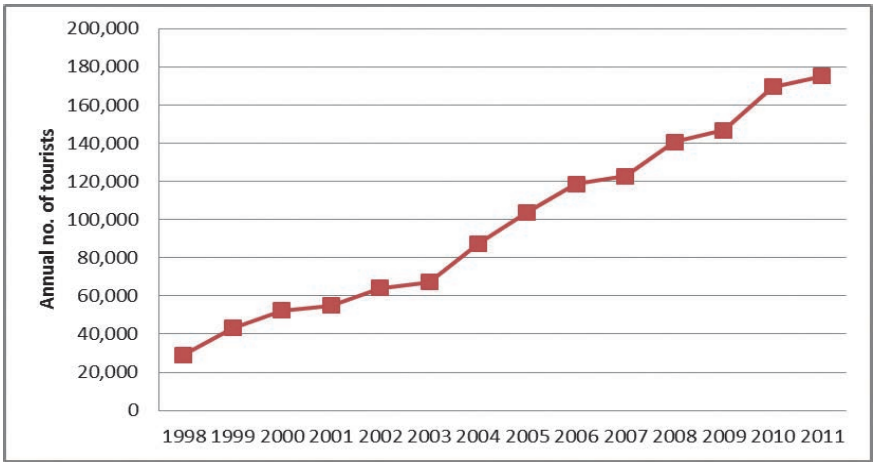
Fonte: Rendón.

Vendo o crescimento da fama do Colca, as agências de viagem da cidade de Arequipa começaram a oferecer o que se chegou a conhecer como o "*tour* convencional" para o Valle: um pacote de dois dias em mini-ônibus, com direito a uma noite na capital da província de Chivay e uma visita matinal a Cruz del Cóndor. Uma alternativa que, no ano 2010, chegou a atrair aproximadamente 20% dos visitantes[9] era o *trekking* pelo cânion, um circuito de dois a três dias entre o povoado de Cabanaconde e o oásis natural de Sangalle, perto do Rio Colca. A Autocolca começou a registrar as visitas de turistas em 1998, quando começou a cobrar o ingresso turístico pelo direito de entrar no Valle. Em 2011, o número total de turistas havia chegado a 175.000, incluindo aproximadamente 120.000 turistas estrangeiros.

9 Baseado em observações realizadas por Bidwell, em 2010.

Os fluxos turísticos haviam duplicado desde 2003 e haviam crescido cinco vezes desde 1998 (Figura 4).

Figura 4 - Crescimento no número de visitantes do Vale do Colca, 1998-2011.



Fonte: elaboração própria, com dados coletados em http://www.autocolca.gob.pe, Maio 2012.

Em que medida se pode considerar esse crescimento como um êxito, dadas as expectativas de que o turismo pode contribuir para o desenvolvimento com inclusão? Levando-se em conta o objetivo do PENTUR de aproveitar o patrimônio natural e cultural existente (MINCETUR, 2008a), o fato de o Colca ter se tornado um importante destino turístico, sem investimento externo significativo ou modificação do meio ambiente, faz dele um estudo de caso interessante. No entanto, as avaliações locais dos impactos do turismo foram ambivalentes, como foi demonstrado em uma conferência sobre turismo realizada em Chivay, em abril de 2010, e em uma oficina regional realizada em Arequipa, em junho de 2012, com o objetivo de revisar o PENTUR. Se por um lado se reconheceram os benefícios gerais quanto à economia e à infraestrutura, as críticas incluem o desenvolvimento "desordenado" do turismo, a competência desleal, o controle excessivo dos operadores turísticos urbanos, o esquecimento dos distritos distantes, influências culturais adversas e a contaminação do meio ambiente.

Não se pode negar que o turismo no Vale do Colca tem problemas, alguns deles significativos e com uma urgente necessidade de serem sanados. No entanto, é exatamente essa natureza problemática do turismo no Colca que torna os aspectos positivos e sucessos locais mais interessantes. Na próxima seção, conta-se uma breve história da participação local em três distritos do Valle do Colca que estão mais afastados em relação ao centro urbano de Chivay e que oferecem exemplos contrastantes de elementos para o sucesso do turismo.

Êxitos e limites: os exemplos de Cabanaconde, Tapay y Sibayo

Os distritos de Cabanaconde e Tapay estão localizados, respectivamente, ao norte e ao sul do Rio Colca, e compartilham o mesmo terreno acidentado do cânion do Colca, por onde passa o circuito de *trekking* que liga o povoado de Cabanaconde com o "oásis" de Sangalle (Figuras 5 e 6). A agricultura é a principal atividade de ambos os distritos e o milho que se cultiva de forma orgânica nas plataformas ao redor do povoado de Cabanaconde tem fama por sua qualidade. O povoado de Cabanaconde é o maior centro urbano da parte ocidental do Valle (com uma população de aproximadamente 3.000 habitantes) e o distrito registra o segundo maior ingresso médio do Valle (INEI, 2010), enquanto a população de Tapai (cerca de 700 pessoas) está dividida em várias pequenas localidades na região do cânion e é o distrito mais afastado e pobre do Valle, com a maioria da população sem acesso a um sistema de saneamento (BIDWELL, 2011). Os dois distritos têm uma larga história de importantes fluxos migratórios. No caso de Cabanaconde, isso resultou em um número significativo de imigrantes internacionais, especialmente nos Estados Unidos. Pesquisas etnográficas mostraram como esses imigrantes mantiveram vínculos com seus distritos de origem e como, por meio da migração de retorno temporário ou permanente, exerceram influências importantes na economia, sociedade e cultura locais, incluindo a forma pela qual o distrito tem respondido ao turismo (GELLES, 2000; PAERREGAARD, 1997).

Figura 5 - Um grupo de turistas de trekking saindo de Cabanaconde, rumo ao cânion do Colca.

Fonte: Rendón.

O fator de sucesso mais importante em Cabanaconde e Tapay foi a maneira espontânea e inovadora pela qual os residentes responderam à chegada do turismo. No início, os participantes locais mais importantes foram as famílias que estabeleceram serviços de alojamento e alimentação no povoado de Cabanaconde, no final dos anos de 1980, quando alguns turistas internacionais começaram a chegar ao cânion. Depois, em fins da década de 1990, outros residentes estabeleceram espaços para o alojamento turístico no oásis natural de Sangalle e construíram piscinas que aproveitaram as abundantes águas termais da região. Em 2010, havia pelo menos um total de 25 hospedagens nos dois distritos, desde casas familiares em Tapay até um hotel de três estrelas em Cabanaconde. Hoje em dia, Cabanaconde e Tapay recebem aproximadamente 30.000 turistas ao ano, os quais, em sua maioria, realizam caminhadas no cânion.

Figura 6. Caminhos que ligam o 'oásis' de Sangalle, no cânion de Colca, aos distritos de Tapay (esquerda) e Cabanaconde (direita).

Fonte: Bidwell.

Cabe destacar que os empreendedores locais que se beneficiaram da chegada do turismo não necessariamente foram as "elites locais", que se aproveitaram de seu privilégio histórico. Apesar de Gelles (2000) descrever o domínio histórico de algumas famílias abastadas de descendência espanhola, grande parte dessas hierarquias tradicionais já havia entrado em decadência depois da reforma agrária dos anos de 1960. Mais importantes eram as experiências migratórias nas cidades de Arequipa e Lima, que deram aos empreendedores a educação, o capital e a experiência no negócio, necessárias para envolverem-se com o turismo (Bidwell; Murray, [a]).

Outros residentes de Cabanaconde também obtiveram benefícios econômicos com o turismo: os homens como guias locais e as mulheres como vendedoras de artesanato, comidas e bebidas no mirante de Cruz del Cóndor. No início, o guiamento dos turistas através do cânion se realizava

informalmente, mas durante os anos de 2000 e 2001, aproximadamente 40 residentes receberam capacitação em guiamento, com apoio da Universidad Católica de Arequipa, da Autocolca e da Agência de Cooperação Espanhola (AECID). No mesmo período, um grupo de mulheres começava a viajar para Cruz del Cóndor, para aproveitar os fluxos turísticos ao mirante e vender comida, bebida e artesanato aos turistas. Para esses residentes, as conexões com a cadeia produtiva do turismo lhes ajudavam a diversificar seus ingressos, que historicamente haviam sido limitados pela única colheita anual possível no clima frio e seco do Valle. Os residentes também consideraram que a chegada de visitantes "nos ajuda a enfrentar a solidão e o isolamento de trabalhar nas chácaras"[10].

Como será mencionado mais adiante, é certo que os benefícios do turismo espalharam-se por toda a comunidade. No entanto, não se pode negar que alguns residentes tornaram-se comercialmente bem sucedidos na indústria turística, enquanto outros puderam, por meio dela, diversificar seus ganhos, permitindo a saída mais permanente da pobreza e o progresso entre gerações. Esse êxito se deu graças aos seus próprios esforços e quase que completamente sem ajuda externa (BIDWELL; MURRAY, [a]) e isso é uma evidência contrária à representação das populações rurais como passivas e com necessidade de ajuda de intermediários "responsáveis" ou "bem preparados" para envolver-se com o turismo (MITCHELL, 2002; WEARING; MACDONALD, 2002).

O distrito de Sibayo apresentou-se como um exemplo de sucesso por razões muito distintas das dos outros distritos de Cabanaconde e Tapay. No contexto do desenvolvimento do conceito de turismo rural comunitário, em nível nacional, Sibayo ganhou fama como exemplo de como uma comunidade pode organizar-se e estabelecer convênios com agentes externos para envolver-se de maneira planejada com o turismo. Sibayo está localizada na parte alta e oriental do Valle do Colca, a aproximadamente uma hora da capital da província, Chivay. Os dados do Censo nacional sugerem que, em

10 Segundo entrevistas informais que foram realizadas em Cabanaconde, em julho de 2012.

termos de pobreza, educação e infraestrutura, Sibayo está entre Cabanaconde e Tapay. No entanto, geograficamente é uma localidade muito distinta daqueles distritos: aproximadamente a metade da população (ao redor de 800 pessoas) está dividida em anexos e estâncias a mais de 3.800 metros acima do nível do mar, e a pecuária é a principal atividade, uma vez que a agricultura não é viável na maior parte do distrito. Os fluxos migratórios têm uma orientação mais local que os de Cabanaconde e Tapay, com menos emigrantes em Lima e Arequipa e mais na capital provincial de Chivay (BIDWELL, 2011). Portanto, a população é mais homogênea do que nos outros distritos.

Segundo entrevistas realizadas em 2010 (BIDWELL, 2011), a origem da iniciativa turística em Sibayo foi o desenvolvimento do plano estratégico da municipalidade distrital, no ano 2000. Este plano foi construído por um processo participativo liderado pelo governo municipal e definiu o turismo como um dos quatro "eixos de desenvolvimento" de Sibayo. Sua visão era que o turismo estaria vinculado aos outros eixos: a criação de alpacas, o artesanato e a pesca de trutas. Com a ajuda de agências externas, como o programa estatal Sierra Sur, formaram-se associações para facilitar a ação coletiva em cada uma das atividades principais, incluindo o turismo. Identificaram-se, como um atrativo turístico, as casas tradicionais de pedra do povoado antigo, uma zona que havia sido parcialmente abandonada nos anos de 1970. Durante 1999-2001, a municipalidade emitiu uma série de determinações que exigiam a manutenção das casas de pedra e proibiam o uso de materiais modernos, como laminados, no povoado antigo. Em 2005, conseguiu-se o apoio da Agência de Cooperação Espanhola (AECID) para recuperar algumas casas de pedra e convertê-las em casas de vivência, que seriam apropriadas para alojar turistas (BIDWELL, 2011).

Figura 7 - Empreendedoras da associação de turismo de Sibayo esperam a chegada de um grupo de turistas.

Fonte: Bidwell.

A partir do ano de 2012, as famílias teriam as casas de vivência e receberiam turistas. Estabeleceu-se um sistema rotativo, gerido pela associação de turismo, para assegurar um número igual de turistas para cada família (Figura 7). No primeiro ano de operação, em 2008, aproximadamente 600 turistas visitaram Sibayo e, em 2010, o total havia chegado a quase 1.000. A maioria dos turistas chegava com três operadores distintos de Arequipa e ficavam somente uma noite. No entanto, os participantes da associação de turismo perceberam que haviam recebido outros benefícios para além dos econômicos, incluindo uma melhora da autoestima e várias oportunidades para aprendizagem e capacitação. Um fato chave em Sibayo foi a maneira como se arregimentou o apoio de uma gama de instituições governamentais, não governamentais e internacionais para formar um

programa coerente de desenvolvimento. O papel do governo municipal foi fundamental para vincular a população às agências externas e coordenar os diferentes aportes feitos por essas agências.

Embora cada um desses casos possa ser percebido como exemplo da participação local no turismo e dos benefícios que levam a um desenvolvimento mais inclusivo, são exemplos que também mostram os problemas e limites; e, quando se analisam essas falhas mais detalhadamente, é possível perceber que estão relacionadas com as mesmas características que trouxeram também o "sucesso". Em Cabanaconde e Tapay, as qualidades de inovação e ambição foram combinadas falta de coordenação, concorrência desleal e conflito aberto. O que se pode chamar de "competência, conflito e inveja" dentro da comunidade (GELLES, 2004: 34) prejudicou a economia turística desde o início. Como resultado, os participantes locais não puderam unir-se para enfrentar os operadores turísticos de Arequipa, que chegaram a dominar o mercado de turismo e que proliferaram depois que o governo nacional liberou a regulação da indústria, em 2005. Esses operadores reduziram os preços que oferecem aos fornecedores locais, excluíram aos guias locais e conduziram seus grupos pelo cânion quase sem contato com a população. Como resposta, os provedores locais caíram na armadilha de uma competição desleal e conflitante; por exemplo, por meio da redução de preços em níveis não sustentáveis, para atrair os turistas "livres" que chegam sem agência. Além disso, fez-se muito pouco para vincular a comunidade e suas atividades tradicionais ao turismo, apesar do potencial para o agroturismo, entre outras possibilidades. A maioria dos residentes que não está envolvida com o turismo pelos serviços ou pelo comércio tem pouca conexão com o turismo e recebe poucos benefícios.

Em Cabanaconde, uma possível explicação para o conflito são as diferentes histórias migratórias dos empreendedores de turismo (alguns são residentes permanentes, outros são migrantes de retorno que mantêm suas conexões com Arequipa ou Lima) e o crescente envolvimento de imigrantes, o que somou os conflitos entre as identidades de "local" e "forasteiro" às diferenças sociais existentes. Da mesma forma, em Tapay, onde à primeira

vista a população é mais homogênea, há tanta heterogeneidade como em Cabanaconde.[11]

Em Sibayo, apesar da admiração que se tem pelo programa de turismo rural comunitário das ONGs e agências estatais, há problemas que são efetivamente tão sérios como os de Cabanaconde e Tapay. Neste momento, simplesmente não há turistas suficientes, em comparação com os números esperados. Apesar de todos os esforços para desenvolver infraestrutura e capacidades para o turismo, a iniciativa só é viável em sentido comercial.

Uma pesquisa realizada pela Gerência Regional de Turismo em 2011 estimou que cada família, em uma casa de vivência, recebia cerca de 44 dólares[12] por mês pelo turismo (menos que 20% do salário mínimo e isso sem contar os gastos decorrentes)[13]. Para ter acesso ao mercado turístico, Sibayo depende de três operadoras de Arequipa, que geralmente incluem uma noite no povoado, como parte de seu pacote. Isso não é exatamente o turismo de vivência e intercâmbio cultural que imaginava originalmente a associação de turismo. O turismo tampouco fez muita coisa para tornar mais dinâmica a economia local, a menos que se considerem os investimentos indiretos das ONGs e das agências de desenvolvimento.

Assim como em Cabanaconde e Tapay, pode-se sustentar que os problemas que se encontram em Sibayo são a outra face dos fatores que contribuíram para o seu sucesso. O desenvolvimento planejado e coordenado em Sibayo foi possível graças ao mesmo fator que limitou seu progresso: a ausência das pressões comerciais de um mercado realmente dinâmico. Se

---

11 Bidwell e Murray (entregue para publicação [a]) sugerem que uma razão para essa situação é que as iniciativas locais de turismo foram associadas mais com as experiências urbanas de emprego e negócio de migrantes de retorno do que com a vida tradicional da comunidade.

12 Para conversão para PEN, tem-se que US$1 = PEN 2.71

13 Esta informação foi obtida durante uma entrevista com a coordenadora do programa de TRC do governo regional em julho de 2012. É consistente com os dados colhidos por Bidwell (2011), mas difere dos dados que recebeu o Ministério de Comércio Exterior e Turismo (MINCETUR, entrevistas realizadas em maio de 2012); segundo esta informação, os empreendedores recebiam PEN 583 (US$ 216) por família por mês, o que os autores consideram pouco provável, uma vez que não é consistente com os dados disponíveis sobre o número de visitantes e os preços deles cobrados.

por um lado é recomendável atender aos princípios de equidade e transparência que mantêm a associação de turismo, no contexto de uma demanda débil, esses princípios não foram postos à prova.

É provável que o turismo em Cabanaconde, Tapay e Sibayo siga se desenvolvendo de maneiras distintas, determinadas pelos contextos sociais e culturais de cada povoado, além dos diferentes nichos que ocupam no mercado turístico. É pouco provável que Cabanaconde não se converta nunca em um modelo organizado de turismo rural comunitário, uma vez que a comunidade é demasiado diversa e abarca muitas influências distintas. Na mesma linha, não é provável que Sibayo chegue a receber os fluxos turísticos que chegam à parte baixa do Valle: seus encantos sutis, baseados nas experiências vivenciais, não têm a mesma atração magnética que os condores e a paisagem espetacular do cânion.[14] No entanto, cada localidade tem potencial para alcançar mais "êxito", por meio da aprendizagem mútua.

Por exemplo, os esforços de Sibayo para vincular as atividades tradicionais ao turismo são exatamente o que faz falta em Cabanaconde e Tapay, onde essa ausência limita as conexões entre o turismo e a economia local, bem como a percepção de que o turismo pertence à comunidade. Ironicamente, esses distritos têm os fluxos para gerar essas conexões com mais facilidade que em Sibayo; o que falta é a capacidade para identificar as oportunidades, planejar e trabalhar em conjunto para realizá-las. Essas falhas foram reconhecidas; há mais consciência entre as comunidades locais, empreendedores de turismo e a população em geral. Disse um participante local: "deveríamos promover o que é nosso" (BIDWELL, 2011). É preciso fazer mais para envolver a comunidade. As iniciativas em Sibayo demonstram como se poderia conseguir essa participação comunitária. De fato, algumas ONGs já organizaram programas de treinamento em Sibayo para empreendedores de outras comunidades, como Cabanaconde.

---

14 Há dados que indicam que um só meio de hospedagem em Tapay, que está longe do principal caminho de *trekking*, recebeu tantos visitantes em 2010 como todo o povoado de Sibayo (BIDWELL, 2011).

Prestou-se menos atenção ao que Sibayo pode aprender com Cabanaconde e Tapay. Ainda que seja possível reconhecer a desordem e o individualismo dos empreendedores nesses distritos, também se deve reconhecer sua inovação e criatividade, no contexto de um mercado competitivo e mutável. A maioria dos que trabalham em turismo em Cabanaconde e Tapay nunca receberam apoio externo; além disso, os de Tapay e Sangalle estabeleceram suas operações em um terreno de muita dificuldade: 1.000 metros verticais e pelo menos duas horas a pé ou numa mula, pela estrada mais próxima. Se por um lado a competição desleal foi uma resposta comum às pressões do mercado, os empreendedores também se adaptaram, por meio da inovação e da capacitação. Esses empreendedores usaram estratégias criativas para manter seu acesso ao mercado, incluindo a educação de seus filhos em turismo, para serem guias ou trabalharem em agências de Arequipa, além do uso efetivo da internet e a conquista de clientes por recomendação (o que requer qualidade no serviço). Acreditamos que os empreendedores de Sibayo também têm algo para aprender com os de Cabanaconde e Tapay sobre comercialização e adaptação a um mercado mutável e imprevisível.[15]

Também existem possibilidades de alianças mais diretas: por exemplo, os empreendedores da parte baixa do Valle poderiam vender os tecidos de alta qualidade que provêm de Sibayo (neste momento, vendem-se mais objetos baratos que são importados de outros lugares do Peru) e assim melhorar o sucesso no mercado dos dois grupos. Da mesma forma, mais colaboração entre os diferentes grupos de empreendedores e os governos locais poderia facilitar a criação de rotas alternativas baseadas no patrimônio natural e cultural do Valle, na maior parte das vezes ignorado nos circuitos convencionais dos operadores e agências de Arequipa.

15 Os emprendedores de turismo continuaram buscando novas maneiras para superar os desafios impostos pela geografia. Por exemplo, um emprendedor instalou a primeira rede elétrica de Sangalle, no ano 2010, usando um pequeno gerador ativado pelas quedas d´água naturais.

Espaços para o diálogo e intercâmbio no Vale do Colca

Neste estudo de caso, sustentamos que, apesar dos resultados ambíguos do turismo no Vale do Colca, há claros exemplos de "sucesso", visto que as populações locais responderam de maneiras criativas à entrada do turismo e conseguiram uma efetiva colaboração entre diferentes atores (Sibayo), ou a existência da intersecção economicamente viável entre a cadeia produtiva do turismo (Cabanaconde e Tapay). Embora esses casos de êxito tenham suas falhas e debilidades correspondentes, é possível enfrentar esses problemas por meio de um processo de intercâmbio e aprendizagem mútua.

Já foram estabelecidas as bases para os mecanismos que facilitem esse intercâmbio e aprendizagem, embora ainda falte muito para que sejam efetivos. Durante a década de 2000, um crescente número de ONGs, entidades estatais e agências de cooperação interessaram-se pelo desafio de vincular o turismo com o desenvolvimento no Vale do Colca. No fim de 2008, as várias instituições criaram o Comitê Técnico de Turismo, um grupo que se reunia mensalmente para compartilhar e conversar sobre suas respectivas ações. As agências de desenvolvimento também fizeram esforços significativos para impulsionar a organização e associação dos empreendedores e populações locais, ainda que esses esforços tenham sido duplicados e não tenham sido coordenados. Em alguns casos, essas iniciativas foram sustentáveis e relativamente efetivas, como no caso da associação de turismo de Sibayo (ASETUR), em que houve sinergias com os esforços feitos pela população local. Em outros casos (como as tentativas da ONG Grupo GEA para criar consórcios de empreendedores locais urbanizados em "micro-corredores" de distritos geograficamente adjacentes), as organizações estabeleceram-se formalmente, mas não seguiram funcionando depois do término do respectivo projeto.

Há vários fatores que limitam a possibilidade de planejamento do turismo em Colca de uma maneira participativa e coordenada. Entre os mais importantes, está o papel da autoridade autônoma de turismo (Autocolca).

Desde sua criação, em 1986, a gestão da Autocolca ficava nas mãos de representantes do governo regional e do setor empresarial de Arequipa, e muitos moradores do Vale do Colca consideravam que as populações locais recebiam poucos benefícios de suas atividades. Em 2005, um grupo de residentes realizou uma greve por tempo indeterminado; bloquearam a entrada do Valle e exigiram que a administração da Autocolca passasse para o nível regional (além disso, queriam o melhoramento da estrada que cortava o Valle). O Congresso do Peru atendeu a essas demandas e mudou a legislação da Autocolca, que passou a ser administrada pelo governo da província de Caylloma, e reestruturou o corpo diretor da Autocolca, para ter uma maioria de representantes da província e de seus distritos (ADAUI ROSAS Y OJEDA, 2005).

Segundo os discursos sobre o desenvolvimento inclusivo, esta movimentação em direção ao controle local foi um passo positivo. No entanto, posto que os governos locais no Peru geralmente carecem de capacidade para o planejamento do turismo em médios e longos prazos (RENDÓN, 2006), além da falta de institucionalidade em todos os níveis políticos, essa mudança leva ao risco de que a Autocolca se converta em um braço do governo provincial da vez. Muitos atores seguem criticando a Autocolca pelo que consideram uma maneira improvisada de atuação, assim como pela falta de transparência, planejamento coordenado e avaliação (RENDÓN, 2006).[16] Uma vez que a Autocolca tem de longe o orçamento mais vultoso para o turismo no Colca, sua desconexão de outros atores é um obstáculo significativo.

Outro fator limitante é a falta de participação do setor privado no planejamento do desenvolvimento turístico, seja na cidade de Arequipa, seja no Vale do Colca. Em geral, somente as empresas mais formais participaram das organizações sindicais de hotéis e agências de viagem, enquanto

16 Por exemplo, em fins de 2011, a Autocolca duplicou o preço do cartão turístico (de USD$13 para $26), o que foi criticado por muitos outros participantes, como a Gerência Regional de Turismo e pelas ONGs, assim como por empreendedores locais, que reportaram que sofriam com isso uma redução de receitas, por conta da baixa do turismo.

a grande maioria dos negócios turísticos são microempresas informais ou parcialmente formais (BIDWELL, 2011; BIDWELL; MURRAY, [b]). Quase todos os guias de turismo trabalham de maneira casual e suas diferentes associações tiveram dificuldades para ter participação representativa ou efetiva nos debates sobre o turismo.

No fundo, os problemas do turismo no Vale do Colca é um reflexo dos desafios fundamentais para o Peru, como sociedade. A desorganização e a competição desleal das micro e pequenas empresas têm raízes no subdesenvolvimento econômico histórico que gerou desigualdades e não produziu emprego formal em número suficiente (BIDWELL; MURRAY [b]), enquanto a debilidade das instituições democráticas é um legado dos períodos estendidos de governo autoritário e das profundas lacunas e exclusão na sociedade peruana (DRINOT, 2006). Efetivamente, temos o caso do ovo e da galinha: apresenta-se o turismo com uma nova possibilidade de poder trazer diversificação e dinamismo, ajudando a fechar as brechas existentes na sociedade e na economia peruana, mas ao mesmo tempo seu desenvolvimento "bem sucedido" se vê limitado pelos mesmos problemas que se supõe que ele deveria ajudar a superar.

Também é necessário reconhecer que ainda que tivesse havido participação efetiva dos atores, não haveria um modelo de desenvolvimento turístico perfeitamente "bem sucedido". Embora documentos como o PENTUR proponham um planejamento coordenado e colaborativo, os distintos participantes podem ter perspectivas muito diferentes sobre o que se considera "sucesso" ou sobre o que se poderia chamar de "desenvolvimento com inclusão". Por exemplo, o MINCETUR define o sucesso como a competitividade, guiada pelos planos e processos estabelecidos em nível nacional. O governo provincial e a Autocolca são motivados pelos ganhos e pelo *status* político que atraem os fluxos turísticos de curto prazo; e os governos distritais preconizam maior participação nesses benefícios. As agências formais de Arequipa se preocupam com a imagem do destino e com a manutenção de sua posição no mercado, enquanto as novas microempresas tratam de encontrar o seu próprio nicho. O mais importante para as ONGs e agências

de cooperação é implantar os projetos que desenharam, para poder reportar o sucesso às suas entidades financeiras. Por sua parte, os empreendedores locais querem que os turistas cheguem à sua região, que venham de uma forma previsível e que paguem bons preços.

É certo que alguns desses interesses confluem e poderiam formar a base para a ação coordenada (por exemplo, possíveis coalizões para defender o meio ambiente ou o acesso a recursos como a água). No entanto, em outros casos, os diferentes atores terão prioridades distintas ou objetivos que estão em conflito. Inclusive entre as comunidades locais, que muitas vezes são tratadas como homogêneas, há uma diversidade de interesses e de perspectivas. Para alguns grupos, é primordial revalorizar a identidade local e promover a qualidade, enquanto para outros a venda de artesanato barato, por exemplo, é fundamental para financiar a educação de seus filhos. No fim das contas, é possível que não haja nenhum equilíbrio entre essas perspectivas, mas o debate democrático e o conflito criativo são aspectos necessários para garantir o sucesso no turismo.

Conclusões

No Peru há grandes expectativas em relação ao turismo como fonte de diversificação econômica e impulsionador do desenvolvimento com inclusão. Diferentemente de alguns países que sofreram impactos mais importantes do turismo de massas e onde se associa o sucesso com a redução dos impactos negativos do turismo, no Peru contemporâneo a maioria dos atores considera que o turismo é uma força potencialmente positiva.

Defendemos que, para cumprir essas expectativas, o turismo terá que ser exitoso nos destinos populares e em uma escala significativa. Por essa ração, este capítulo considerou o desenvolvimento do turismo no Vale do Colca, um destino que tem um fluxo turístico importante, mas onde os investidores de fora não têm um papel dominante, e a participação local foi fundamental para a evolução do turismo. O estudo de caso abarca as diferentes experiências nos distritos de Cabanaconde, Tapay e Sibayo, que

mostram como as populações locais, nos destinos turísticos, podem encontrar maneiras criativas para envolver-se com o turismo, o que produz certos benefícios e facilita mudanças econômicas e sociais que poderiam contribuir para um desenvolvimento mais inclusivo.

Essas conquistas podem ser consideradas "êxitos" no contexto da histórica marginalização das populações rurais no Peru. Os avanços específicos, assim como seus limites, estão relacionados com características das respectivas comunidades (empreendedora e conectada globalmente em Cabanaconde e Tapay; mas homogênea e unida localmente em Sibayo) e com os distintos tipos de demanda e as diferentes intervenções dos governos, ONGs e agências internacionais de cooperação. É importante reconhecer que esses exemplos mostram como as populações e atores locais podem desenvolver suas próprias respostas ao turismo e que não necessariamente dependem de atores externos e intermediários para isso.

Para disseminar os elementos de êxito e enfrentar os problemas, será necessário criar espaços para o debate, o diálogo, a colaboração e a solução criativa de conflitos. Até agora, ou os esforços para desenvolver esses espaços se esgotaram ou foram pouco efetivos, o que reflete os problemas sociais e políticos do Peru, em geral. Portanto, não há um caminho fácil em direção do turismo bem sucedido, mas sim diversos caminhos, concepções e interesses em disputa.

As experiências analisadas no Vale do Colca evidenciam que o turismo pode gerar oportunidades econômicas, em nível local, que estão abertas a uma participação mais ampla e que não dependem do "gotejamento" das indústrias extrativas. Assim mesmo, pode contribuir para revalorizar o patrimônio natural e cultural e empoderar as populações locais a seguir suas próprias lógicas de ação e organização. Assim, ainda que o turismo não seja uma panaceia, tem possibilidades de contribuir para um desenvolvimento mais inclusivo no Peru.

Referências bibliográficas

AUTOCOLCA. Plan maestro para el desarrollo y gestión sostenible del turismo en el Valle del Colca, la Reserva Nacional de Salinas y Aguada Blanca y el Valle de los Volcanes 2007-2011. Arequipa, Autocolca 2006.

ADAUI ROSAS, J.; OJEDA, G. Pueblos de Caylloma en guerra por recursos del Vale del Colca. *La República,* 12 mayo 2005. Disponível em: http://www.larepublica.pe/node/98324. Acesso em jul.2011.

ASHLEY, C; GOODWIN, H.; ROE, D. *Pro-poor tourism strategies*: Making tourism work for the poor. A review of experience. Nottingham: Russell Press, 2001.

ASHLEY, C.; HAYSOM, G. From philantropy to a different way of doing business: strategies and challenges in integrating pro-poor approaches into tourism business. *Development Southern Africa*, v.23, n.2, p. 265-280, 2006.

ASHLEY, C.; MITCHELL, J. Doing the right thing approximately not the wrong thing precisely: Challenges of monitoring impacts of pro-poor interventions in tourism value chains. *ODI Working Paper*, n. 291. London: Overseas Development Institute, 2008.

BARKIN, D. Alleviating poverty through ecotourism: Promises and reality in the Monarch butterfly reserve of Mexico. *Environment, Development and Sustainability*, v.5, n.3-4, p.371-82, 2002.

BELSKY, J. M. Misrepresenting communities: The politics of community-based rural ecotourism in Gales Point Manatee, Belize. *Rural Sociology*, v.64, n.4, p.641-666, 1999.

BIDWELL, S. The development impact of rural tourism in Peru's Colca Valley: Linking grassroots and structuralist perspectives. Submitted in partial fulfillment of the requirements for a Master's of Science. *Development Studies*, Victoria University of Wellington, 2011.

BIDWELL, S.; MURRAY, W. (submitted for publication (a)). *Linking separate worlds*. Tourism and migration as complementary economic strategies in Peru's Colca Valley.

BIDWELL, S.; MURRAY, W. (submitted for publication (b)). The limits of microenterprise-based tourism development: A case study of Peru's Colca Valley.

BINNS, T.; NEL, E. (2002). Tourism as a local development strategy in South Africa. *The Geographical Journal*, v.168, n.3, p.235-247, 2002.

BORMAN, R. The Cofan experience. In: W. H. DURHAM; A. STRONZA (Eds.), *Ecotourism and conservation in the Americas*. Wallingford; Cambridge, MA: CAB International, 2008.

CARDOSO, F. H.; FALETTO, E. (1967). *Dependency and development in Latin America* (M. M. Urquidi, Trans.). Berkeley, CA: University of California Press, 1979.

CARRIER, J. G.; MACLEOD, D. V. L. Bursting the bubble: The sociocultural context of ecotourism. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, n.11, p.315-334, 2005.

CHEONG, C. S. *Sustainable tourism and indigenous communities*: The case of Amantani and Taquile islands. Presented in partial fulfillment of the requirements for a Master of Science in Historic Preservation, University of Pennsylvania, 2008.

CORDERO, A.*Nuevos ejes de acumulación y naturaleza*: el caso del turismo, 1st. ed. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2006.

CORIOLANO, L. N.; PERDIGÃO, F.. *O Turismo e a relação Sociedade-Natureza, realidades, conflitos e resistências*. Universidade Estadual de Ceará, Fortaleza: Ed. UECE, 2005.

DANCOURT, O. Precios internacionales de materias primas y política monetaria en la economía peruana. In: LUIS PASARÁ (Ed.). *Perú en el siglo xxi*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, 2008.

DEBBAGE, K. Tourism and sustainability: New tourism in the Third World by Martin Mowforth and Ian Munt. In: ASSOCIATION OF AMERICAN GEOGRAPHERS. 2000, *Annals*, v.90, n.3, p. 625-627.

DRINOT, P. Nation building, racism and inequality: Institutions in Peru in historical perspective. In: J. CRABTREE (Ed.). *Making institutions work in Peru*: Democracy, development and inequality since 1980. London: Institute for the Study of the Americas, 2006.

DUFFY, R..*A trip too far*: Ecotourism, politics and exploitation. London; Sterling, VA: Earthscan, 2002.

THE ECONOMIST. *On the track of a monopoly*: The battle to reach Machu Picchu. 22 April 2010. Retrieved from: http://www.economist.com/node/15959340

ELIZALDE, A. *Desarrollo humano y ética para la sustentabilidad*. 1st. ed. Buenos Aires, PNUMA-Universidad Bolivariana, CACID,2004.

ENLACE NACIONAL. Comuneros de Ayabaca llegarán el domingo a Piura, 2007. Accesado em: http://enlacenacional.com/2007/12/14/comuneros-de-ayabaca-llegaran-el-domingo-a-piura/, July 2011.

FRIEDMAN, D. *The State and underdevelopment in Spanish America*: The political roots of dependency in Peru and Argentina. Boulder; London: Westview, 1984.

GASCÓN, J. *Gringos como en sueños*: Diferenciación y conflicto campesinos en los Andes peruanos ante el desarrollo del turismo. Lima: Instituto de Estudios Peruanos (IEP). 2005.

GELLES, P. H. *Water and power in Highland Peru*: the cultural politics of irrigation and development. New Brunswick, NJ; London: Rutgers University Press, 2000.

GORDILLO JORDAN, J.F.; HUNT, C; STRONZA, A. An ecotourism partnership in the Peruvian Amazon: The case of Posadas Amazonas. In: STRONZA, A.; DURHAM, W.H. (Eds.). *Ecotourism and conservation in the Americas*. Wallingford; Cambridge, MA: CAB International, p. 30-48. 2008.

HAMPTON, M. Entry Points for Local Tourism in Developing Countries: Evidence from Yogyakarta, Indonesia. *Geografiska Annaler*. Series B, Human Geography, v.85, n.2, p.85-101, 2003.

HARRISON, D. Pro-poor tourism: a critique. *Third World Quarterly*, v.29, n.5, p.851-868, 2008.

HARRISON, D.; SCHIPANI, S. Lao tourism and poverty alleviation: Pro-poor tourism and the private sector. In: C. M. HALL (Ed.). *Pro-poor tourism:* Who benefits? Clevedon: Channel View Publications. 2007, p. 34-56.

HILL, M. Contesting patrimony: Cusco's mystical tourist industry and the politics of incanismo. *Ethnos*, v.72, n.4, p.433-460, 2007.

HILL, M. Inca of the blood, Inca of the soul: Embodiment, emotion and racialization in the Peruvian mystical tourist industry. *Journal of the American Academy of Religion*, v.76, n.2, p.251-279, 2008.

HINOJOSA, D. et al.. ¿Perú come o se deja comer? La matanza de Bagua y los decretos ejecutivos. *Revista Letras Verdes,* n.4, 2009.

HONEY, M. Setting standards: Certification programmes for ecotourism and sustainable tourism. In: A. STRONZA, W. H. DURHAM (Eds.). *Ecotourism and conservation in the Americas*. Wallingford; Cambridge, MA: CAB International, 2088, p.234-262.

HOCKERT, E. *Sociocultural sustainability of rural community-based tourism*. Rovaniemi: Lapland University Press. 2009.

INTERNATIONAL LABOR ORGANIZATION (ILO). *Gestión del turismo sostenible y competitivo*: Alianzas entre Estado, empresa y comunidad. Los casos de Bolivia, Ecuador y Perú. Lima: ILO.2001.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA (INEI). *Resultados censales*. Raw data retrieved from http://www.inei.gob.pe, September 2010.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA (INEI). *Arequipa compendio estadístico regional 2008/09*. Arequipa: Oficina Departamental de Estadística e Informática de Arequipa. 2010.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA *Perú compendio estadístico 2011*. Lima: INEI. 2011.

KAY, C. Achievements and contradictions of the Peruvian agrarian reform. *Journal of Development Studies*, v.18, n.2, p.141-170, 1982.

LEIVA, F. I. Toward a critique of Latin American neostructuralism. *Latin American Politics and Society,* v.50, n.4, p.1-25, 2008.

MAIR, H.; REID, D. Tourism and community development vs. Tourism for community development: Conceptualizing planning as power, knowledge, and control. *Leisure/Loisir*, v.31, n.2, p.403-425, 2007.

MALDONADO, C. *Servicios empresariales para el desarrollo del etnoturismo comunitario en Bolivia, Ecuador y Perú*. Lima: ILO, 2002.

MALDONADO, C.. *Redturs in Latin America*: Network for sustainable tourism development with rural and indigenous communities. Lima: ILO, 2003.

MALDONADO, C. *Red de turismo comunitario sostenible de América Latina* (Redturs). Presentation prepared for first regional seminar on ethics in tourism, Quito, jun 2006, p.29-30.

MEYER, D. Pro-poor tourism: From leakages to linkages. A conceptual framework for creating linkages between the accommodation sector and 'poor' neighbouring communities. *Current Issues in Tourism*, v.10, n.6, p.558-583, 2007.

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (MINCETUR). *Lineamientos para el turismo rural comunitario*. Lima: MINCETUR, 2006.

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO. PENTUR - Plan Estratégico Nacional de Turismo 2008- 2018. *Síntesis para la Puesta en Operación*. Lima: GMC Digital, 2008ª.

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO. CALTUR - Plan Nacional de Calidad Turística del Perú. Lima: MINCETUR, 2008b.

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO *Lineamientos para el desarrollo del turismo Rural Comunitario en el Perú*. 2008c. Accesado en: http://www.turismoruralperu.facipub.com/facipub/upload/publicaciones/1/80/lineamientos_desarrollo_turismo_rural_arte.pdf

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO . *Plan operativo institucional 2010*. Lima: MINCETUR, 2010.

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO. *Productos de Turismo Rural Comunitario en los Destinos Turísticos del Per*ú. Lima: MINCETUR, 2011.

MITCHELL, J. An unconventional but essential marriage: Pro-poor tourism and the mainstream industry. Private Sector and Development. *Proparco's Magazine*, Issue 7, 2010.

MITCHELL, J.; MUCKOSY, P. A misguided quest: Community-based tourism in Latin America. *Overseas Development Institute Opinion* , n.102, 2008.

MITCHELL, T. *Rule of experts*. Egypt, techno-politics, modernity. Berkeley-Los Angeles-London: University of California Press, 2002.

MOWFORTH, M; CHARLTON, C; MUNT, M. *Tourism and responsibility*: Perspectives from Latin America and the Caribbean. New York, NY: Routledge, 2009.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (OMT). *Turismo y lucha contra la pobreza, estrategias para la acción.* Madrid: OMT, 2004.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. Barómetro OMT del Turismo Mundial. Anexo Estadístico, v.10, jan. 2012, Madrid: OMT, 2012.

PAERREGAARD, K. *Linking separate worlds*: Urban migrants and rural lives in Peru. Oxford; New York, NY: Berg, 1997.

PANAMERICANA TELEVISIÓN. *Interview with Ollanta Humala*, 17 April 2011. Retrieved from: http://www.youtube.com/watch?v=HIJOxRKq9-s&feature=relmfu

PRIETO, M. (Ed.). *Espacios en disputa*: El turismo en Ecuador. Quito: FLACSO Sede Ecuador, 2011.

RANABOLDO, C.; SCHEJTMAN, A (Eds.). *El valor del patrimonio cultural*: Territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas. Lima: Instituto de Estudios Peruanos, 2009.

RENDÓN, M. L. *Desarrollo Turístico Municipal*, Tomo I – El Municipio y el Desarrollo Turístico Local. Lima: Edigrafasa, 2006.

ROJAS ARAVENA, F. (Coord.). *Iberoamérica*: distintas miradas, diferentes caminos para metas compartidas, el bienestar y el desarrollo. 1st. ed. San José: FLACSO, 2011.

SCHEYVENS, R. *Tourism for development*: Empowering communities. Harlow: Pearson Education Ltd., 2002.

SCHILCHER, D. Growth vs equity: The continuum of pro-poor tourism and neoliberal governance. In: C. MICHAEL HALL (Ed.). *Pro-poor tourism:* Who benefits? Clevedon: Channel View Publications, p.56-83, 2007.

STONICH, S. Political ecology of tourism. *Annals of Tourism Research*, v.25, n.1, p.25-54, 1998.

THORP, R.; BERTRAM, G. *Peru 1890-1977*: Growth and policy in an open economy. New York: Columbia University Press, 1978.

TOCHE, E. (Ed.). *Perú hoy*: Ajustes al modelo económico, la promesa de la inclusión. Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo. Lima: DESCO, 2011.

UDHAMMAR, E. Development, conservation and tourism: Conflict or symbiosis? *Review of International Political Economy,* v.13, n.4, p.656-678, 2006.

VAN DE BERGHE, P. L.; FLORES OCHOA, J. Tourism and nativistic ideology in Cuzco, Peru. *Annals of Tourism Research*, v.27, n.1, p.7-26, 2000.

WEARING, S.; MACDONALD, M. The development of community-based tourism: Re-thinking the relationship between tour operators and development agents as intermediaries in rural and isolated area communities. *Journal of Sustainable Tourism*, v.10, n.3, p.191-206, 2002.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (WTO). (2002). *Tourism and poverty alleviation*. Madrid: World Tourism Organization, 2002.

YPEIJ, A.; ZOOMERS, A. (Eds*). La Ruta Andina*. Turismo y desarrollo sostenible en Perú y Bolivia. Quito: Ediciones Abya Yala - IEP – CBC – CEDLA, 2006.

ZAPATA, M.J.; HALL, C.M.; LINDO, P.; VANDERSCHAEGHEN, M. Can community-based tourism contribute to development and poverty alleviation? *Current Issues in Tourism,* v.14, n.8, p.725-749, 2011.

ZORN, E.; FARTHING, L. Communitarian tourism: Hosts and mediators in Peru. *Annals of Tourism Research,* v.34, n.3, p.673-689, 2007.

CAPÍTULO 13

CLUSTERS TURÍSTICOS DOMINICANOS. CATALISADORES DE DESENVOLVIMENTO

Pilar Constanzo

Introdução

A República Dominicana é um país caribenho, o segundo em tamanho das Grandes Antilhas. Possui 48,000 quilômetros quadrados e cerca de 10 milhões de habitantes. Desde a década de 1970, aposta no turismo como uma atividade econômica que pode ajudar o desenvolvimento do país. Já na década de 1980, teve um crescimento sustentável nas chegadas de visitantes estrangeiros, chegando a ter, em 2010, mais de 4 milhões de turistas.

Atualmente, o turismo é uma atividade de primeira ordem, a ponto de converter-se na coluna vertebral da economia dominicana. Segundo dados do Banco Central da República Dominicana, a participação do turismo no produto interno bruto chega a 18%, gera cerca de 20% dos empregos diretos e indiretos do país e garante a entrada de mais de quatro bilhões de dólares, correspondentes a mais de quatro milhões de chegadas de turistas. Atualmente, a República Dominicana é líder no Caribe insular quanto a ingressos por turismo, quantidade de turistas e número de apartamentos hoteleiros (cerca de setenta mil).

Muitos países se inspiram no modelo de *cluster,* e a República Dominicana obteve uma ótima experiência a esse respeito.

Um *cluster* é definido – de acordo com o Professor Michael Porter da Universidade Harvard – como um grupo de companhias e associações interconectadas, situadas em proximidade geográfica, trabalham em setores similares de produção e estão unidas por uma série de características comuns e complementares.

Nos *clusters*, a criação de riqueza está acima da média regional e esse grupo tende a exportar uma alta porcentagem de sua produção. Os *clusters* podem englobar desde uma região ou cidade, até uma rede de países vizinhos. Dentro dos *clusters*, encontram-se empresas de todos os tamanhos, companhias de produtos finais ou serviços, provedores de insumos especializados, serviços em geral, instituições financeiras, indústrias inter-relacionadas, instituições de educação, centros de pesquisa, instituições governamentais e organizações que de alguma maneira influenciam no desempenho dessas atividades econômicas.

Os *clusters* oferecem grande variedade de vantagens às empresas que se localizam dentro deles, tais como: disponibilidade de insumos, mão de obra agregada, concentração de conhecimento, acumulação de capital social, geração de incentivos, inovação e sinergia.

Representam, também, uma nova forma de abordar a pesquisa da atividade econômica e a formulação de políticas de desenvolvimento. Esse novo enfoque, diferente do setorial, captura não apenas as relações verticais do tipo provedor-distribuidor, mas vai além, ao ter em conta relações horizontais – seja de competição, seja de colaboração entre empresas –, apoio financeiro, pesquisa universitária ou pontos de encontro, cuja coordenação e impacto é absolutamente decisiva para a geração de vantagem competitiva sustentável.

A República Dominicana atingiu o modelo de *cluster* de maneira formal por meio da Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional (USAID), em 2001, especialmente nos setores agrícola e turístico.

Este capítulo baseia-se na experiência de criação dos *clusters* turísticos da República Dominicana como estratégia de desenvolvimento, equidade e competitividade do setor.

Os atores importantes no contexto do *cluster* turístico são todas as empresas privadas, grandes e pequenas, as entidades governamentais de uma determinada região, assim como as comunidades vinculadas. Enfim, todos que formam a cadeia de valor de uma área geográfica preestabelecida ou pelos limites que constituem um destino turístico. Todos os que têm a ver, de uma ou outra forma, com o desenvolvimento do turismo: portos, aeroportos, linhas aéreas, operadores, agentes de viagem, hotéis e outros tipos

de alojamento, restaurantes, lojas de *souvenirs*, casas de câmbio, taxistas e guias de turismo, além da representação das comunidades locais. Por parte do Estado, os ministérios que se relacionam com a atividade turística na República Dominicana são: Ministério do Turismo, Ministério da Cultura, Ministério do Meio Ambiente e Recursos Naturais, além das Alcaldías (Prefeituras) locais e a Polícia Turística.

Os *clusters* turísticos são similares a uma "família" de empresas, nas quais são gerados e se fortalecem vínculos de confiança – capital social – , que resulta em uma interação de negócios mais fluida, assim como em menores custos operacionais.

A seguir, se analisará detalhadamente o processo de clusterização turística da República Dominicana, os ganhos e frutos obtidos, assim como os desafios a serem enfrentados pelos dez (10) *clusters* turísticos existentes e o Consórcio Dominicano de Competitividade Turística (CDCT), como entidade que agrupa a todos.

CLUSTERS TURÍSTICOS DOMINICANOS COMO VERDADEIROS CATALISADORES DE DESENVOLVIMENTO LOCAL

Os *clusters* turísticos da República Dominicana demarcaram um antes e um depois, na história do turismo nacional, atingindo novas formas de pensar no âmbito público e privado para conquistar maiores níveis de competitividade.

Desenvolver esses 10 *clusters* turísticos, com os recursos existentes no país, foi um longo processo, cheio de questões e lições aprendidas que resultaram em uma mudança do paradigma no desenvolvimento local.

Um pouco de história

Em 2001, a situação existente antes do início do processo de criação de *clusters* turísticos na República Dominicana, pode ser descrita da seguinte maneira:

- *Competitividade* era um conceito pouco conhecido.
- *Cluster*? Ninguém ouvira falar do termo e nem do conceito.
- Limitada articulação dos atores que formavam a cadeia de valor do Turismo.
- Não havia um interlocutor efetivo nas regiões.
- O desenvolvimento turístico se fazia à margem da comunidade.

Os *clusters* turísticos surgiram justamente como forma de dar uma resposta distinta à problemática excludente do turismo nacional e como ferramenta de desenvolvimento mais compatível com os novos tempos. Formaliza-se a ideia e, com o apoio do Conselho Nacional de Competitividade (CNC) e da Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional (USAID), nascem os *Clusters* Turísticos de *Romana-Bayahibe*, *Puerto Plata e Ecoturístico Vegano* (Jarabacoa e Constanza). A partir desse momento, surgiram outros 5 *clusters* com características e realidades diferentes: o *Cluster Ecoturístico y Productivo de Barahona*, *Cluster Turístico de La Altagracia* (Punta Cana/ Bávaro), *Cluster Turístico de Samaná* e os *clusters* turísticos de *Jarabacoa* e de *Constanza*.

Ao mesmo tempo, nascem outros *clusters* apoiados diretamente pelo CNC, como: o *Cluster Turístico de Santo Domingo* e o de *Turismo Sostenible de Pedernales*.

O projeto USAID-CPP e o Consejo Nacional de Competitividad (CNC) assinaram um acordo em 2006, e a cooperação entre ambos foi um passo importante e um acordo de colaboração sem precedentes, que serviu como base para o atual apoio aos dez *clusters* turísticos formais existentes.

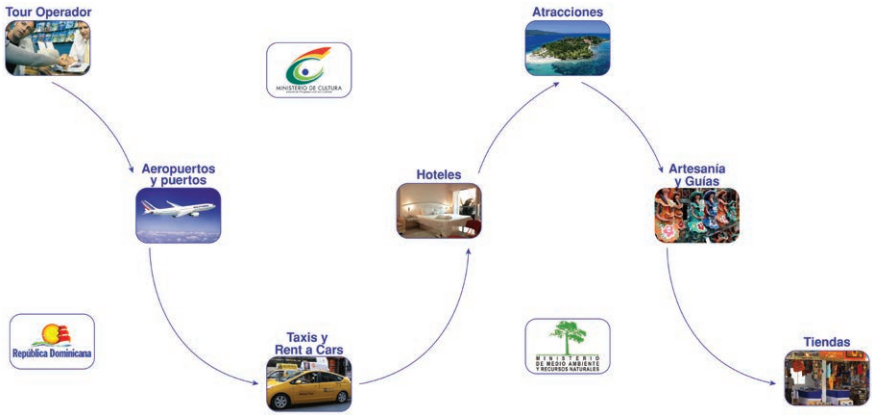
Por que *clusters* turísticos como ferramenta de desenvolvimento local?

Quando não se tem um *cluster* institucionalizado no destino turístico, as relações entre os atores acontecem de todas as formas, mas de maneira totalmente unilateral e, além disso, desorganizada, sem aproveitar as relações

que surgem em todo o conglomerado. Sem dúvida, quando há um *cluster*, a relação que se tem é multidirecional, ou seja, todos se relacionam com todos.

Os motivos para impulsionar os *clusters* como ferramenta de desenvolvimento local podem ser resumidos nos seguintes pontos:

- Porque o mundo hoje exige mais diálogo, confiança, capital social.
- Porque o *cluster* turístico é igual à representação e união de todos os atores locais.
- Porque com esse modelo há mais atores empoderados – tanto diretos como indiretos.
- Porque se pode lutar de maneira unida pela sustentabilidade turística.
- Porque se conseguem projetos com maior impacto.



Exemplo da cadeia de valor integrada ao *Cluster* Turístico de Santo Domingo
Fonte: Elaboração da autora

Processo de clusterização turística na República Dominicana

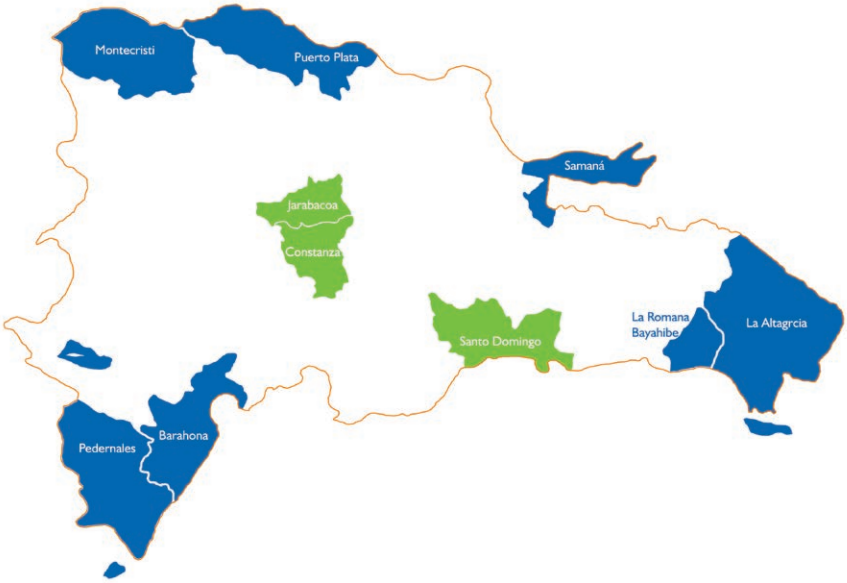
O processo de criação e fortalecimento dos *clusters* turísticos na República Dominicana levou quase uma década e foi feito em duas grandes etapas, financiadas pela Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional (USAID):

1ª etapa: 2003-2007: USD$2.2 milhões para Turismo

- Projeto PCP de *Chemonics International*: La Vega, La Altagracia, Puerto Plata y Barahona
- Conselho Nacional de Competitividade: Santo Domingo y Pedernales

2ª etapa: 2007-2012: USD$12.5 milhões

- Dominican Sustainable Tourism Alliance (DSTA)
- Fortalecimento dos 9 *clusters* criados até o momento e criação do décimo: *Cluster* de Montecristi



Mapa do Consórcio Dominicano de Competitividade Turística dos 10 *clusters* turísticos (Cor verde para os que não possuem praia) Fonte: Elaboração da autora

Com o segundo projeto, denominado *Dominican Sustainable Tourism Alliance (DSTA),* cujo término ocorreu em dezembro de 2011 e contou com 12.5 milhões de dólares e igual contrapartida dos *clusters*, foram feitos investimentos estratégicos focados em recursos humanos e financeiros para obter impactos amplos e sustentáveis. A realização do projeto foi possível mediante a aliança de sócios implementadores internacionais da *Global*

Sustainable Tourism Alliance (GSTA), entre os quais se incluem a *Academy Educational Development (AED)*, *The Nature Conservancy (TNC)*, *George Washington University (GWU)* e *Solimar International*, como sócios principais para os sócios locais, que eram os nove *clusters* turísticos.

O apoio da USAID, tanto do projeto PCP da *Chemonics International* como da DSTA do *Global Sustainable Tourism Alliance,* se concretiza em:

- Especialistas de *clusters* proveem assistência técnica aos líderes e facilitadores dos *clusters*:

– Apoio no desenvolvimento de planos de trabalho / visão estratégica;
– Resolução de conflitos e fortalecimento institucional;
– Apoio à execução e monitoramento de atividades e produtos;
– Assistência ao acesso a fundos de doações e facilitação para investidores nos destinos;
– Fomento e assistência no monitoramento de contrapartidas dos clusters.

- Coordenação entre doadores – ponte de implementação entre o Conselho Nacional de Competitividade e os *clusters*
- Assistência financeira:

- Apoio com os salários de alguns diretores executivos;
- Apoio com espaço de escritórios, logística;
- Apoio para iniciar seus planos de negócios.

E em meio a esse processo, surge a ocasião de criar uma rede de *clusters*

A Rede Nacional de *Clusters* Turísticos surgiu em maio de 2005, de maneira espontânea. Em uma conversa entre técnicos e membros de alguns *clusters*, surgiu a ideia de criar uma rede pela qual se pudessem tratar assuntos transversais que incluíssem os vários *clusters*, a partir de uma entidade que tivesse esse alcance nacional. Deram-se conta, também, que era necessário

contar com uma instituição dominicana que fosse capaz de continuar a apoiar os *clusters*, quando terminassem os programas bancados pela USAID.

A Rede/Consórcio seria uma ONG dominicana e se converteria na instituição "chave" para fomentar a competitividade sustentável do turismo na República Dominicana, na qual as considerações sobre eficiência nos negócios, questões ambientais, culturais e de equidade seriam os parâmetros que orientariam todas as ações que fossem encaminhadas.

Apesar de ser idealizada em 2005, até 2008 ainda não se teve claro que a RED/Consórcio deveria ser a continuação do programa USAID-DSTA (*Dominican Sustainable Tourism Alliance*). Para essa "dominicanização" da DSTA, deveria haver um acompanhamento inicial da DSTA, para o qual se recomendaram certos princípios. Com essas ideias centrais, se iniciou o fortalecimento do Consórcio Dominicano de Competitividade Turística (CDCT) e se iniciaram os primeiros passos para atingir seus plenos objetivos.

Desde junho de 2009, a instituição realiza as seguintes ações:

- Início da legalização, para a qual se revisaram os estatutos e se organizou uma assembleia com todos os membros (9 *clusters* turísticos);
- Plano de trabalho.
- Plano de negócios (com declaração da missão, visão, objetivos, análise SWOT e atividades com projeção financeira para atingir a sustentabilidade econômica da instituição);
- Negociação com DSTA para plano de transição desse projeto ao CDCT;
- Seleção do Coordenador.

Ganhos Gerais dos *Clusters*

Tanto com a implementação do programa USAID-CCP, que durou até março de 2007, como com o projeto USAID-DSTA, executado nos nove *clusters* turísticos do país, se obtiveram diversos ganhos. Foram desde impactos na cadeia de valor – a comunidade e o fortalecimento institucional

– até as comunicações e o empoderamento local. Entre os mais destacados, temos:

Quanto à Cadeia de Valor:

- Diálogo e associação entre os atores;
- Marketing, promoção; acesso a novos nichos;
- Desenvolvimento de produtos (atrações alternativas);
- Desenvolvimento de capacidades (treinamentos);
- Estabelecimento de padrões de qualidade;
- Certificações e ações para o meio ambiente:

✓ Certificação *Bandeira Azul* para praias;
✓ Certificação *Green Globe* (hotéis, atrações);
✓ Programas de gestão costeira marinha;
✓ Campanhas de limpeza;
✓ Concientização comunitária;
✓ Trabalho com projetos em áreas protegidas.

Quanto à Comunidade:

- Treinamento de atores chaves (inglês, cursos para guias locais);
- Treinamento a Pymes (Pequenas e médias empresas);
- Valorização da cultura e eventos;
- Acesso a comunidades impactando o turismo;
- Papel da municipalidade no planejamento turístico;
- Fonte de diálogo com o setor turístico.

Quanto aos impactos transformadores: mudança de paradigmas e de diálogo do setor:

- Mudança nos discursos;
- Programas culturais e de artesanato realizados pelo Ministério de Turismo/setor privado;

- Problemas comunitários, setor cada vez mais sensível;
- Compromisso de infraestrutura em saneamento;
- Formação de *clusters* por conta própria ou com assistência governamental (10);
- Investimentos/ações requerendo ações conjuntas, criando confiança mútua:
  + Restauração de casas Vitorianas em Puerto Plata;
  + Prosseguimento do estudo realizado por Peter Yesawhich (mais de US$500,000) em La Romana-Bayahibe;
- Cada vez maior reconhecimento por parte do Ministério do Turismo do papel dos *clusters* turísticos;
- Incremento do papel da municipalidade e autoridades locais no planejamento turístico;
- Preocupação por parte do governo e do setor privado pela situação do artesanato e da cultura local.

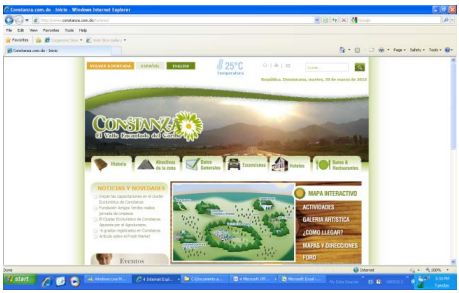
Quanto ao Fortalecimento e Sustentabilidade Financeira dos *clusters*:

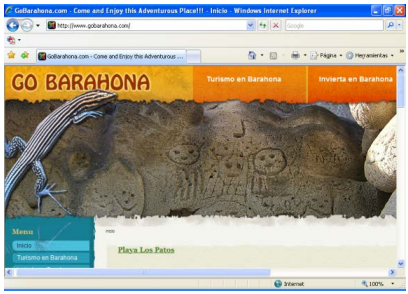
- Todos os *clusters* turísticos contam com seus planos de negócios como etapa importante na incessante tarefa de melhorar seu fortalecimento institucional.
- Esses planos de negócios foram feitos para os próximos 5 anos e são similares às empresas comerciais, no modo como operam e atingem os objetivos, além de satisfazerem as necessidades de gestão interna e de informação de entidades externas para oportunidades de financiamento.
- Todos têm definidos benefícios claros para seus membros.
- Compreensão da necessidade de diversificação do produto turístico para conseguir maior competitividade.
- Os *clusters* começaram a pensar em ser Organizações de Gestão de Destinos. Uma DMO (*Destination Management Organization*) ou uma OGD, em espanhol ou português (Organización de Gestión

de Destino), é uma entidade de coordenação de um destino que reúne as partes interessadas e promove a sua comercialização e desenvolvimento. As OGD's são centros de referência, mas não exercem nenhum controle sobre as atividades de seus sócios, apenas reúnem recursos e experiência para orientar o caminho a seguir. Nos casos em que o destino trabalhe com o segmento de congressos e convenções, as OGD's atuam como as encarregadas de administrar os Centros de Convenções.

Quanto às Comunicações:

- A maioria dos *clusters* conta com seus *Info-Cluster* ou Boletim Informativo para incentivar a cultura de associativismo e destacar as vantagens que o modelo *cluster* oferece, além de informar, em nível local, sobre as ações da instituição e comentar as atividades mais importantes do destino.
- Alguns *clusters* já possuem sua página na web (Barahona, Constanza e La Romana-Bayahibe) e os outros estão em processo de ter as suas. No caso do *Cluster* de Santo Domingo, há um blog que apresenta ótimas informações turísticas do destino.





Páginas web de Constanza y Barahona

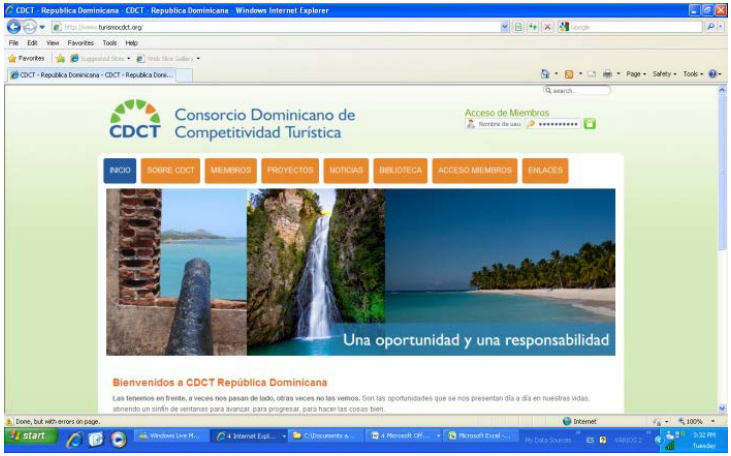
- Todos estão presentes nas redes sociais, como *Facebook* e *Twitter*.
- A maioria dos *clusters* operam *Centros de Informação Turística* nos seus destinos, imprescindíveis para o serviço de qualidade aos turistas que os visitam e para a projeção das empresas locais, de modo que o turismo seja vantajoso para todos.

Centro de Informação Turística de La Romana-Bayahibe

Quanto ao empoderamento local: Criação da Rede de *Clusters*, o Consórcio Dominicano de Competitividade Turística (CDCT).

- O CDCT promove o Turismo Sustentável e a capacitação para a gestão de destinos em nível nacional.
- Executor de um projeto tripartite de 3 *clusters* turísticos com fundos da UNESCO.
- Acordo de cooperação assinado com o Conselho Nacional de Competitividade (CNC): "Competindo com Equidade".
- Propulsor da Aliança de Vendas e Marketing (Atas Dominicana e sua marca *Dominican Treasures*) para que o mercado acesse todos os produtos turísticos comunitários que formam parte dos *clusters*, de modo que se possa ofertar um turismo mais sustentável e complementar da oferta nacional atual.
- Apoio para alavancar projetos com fundos nacionais e internacionais.
- Banco de dados para seus membros, criado sobre os destinos e o setor, com base em estatísticas e análises realizadas.

- Assistência técnica e suporte institucional.
- Desde janeiro de 2012, há um novo projeto de desenvolvimento com a USAID, denominado *Sustainable Tourism Empowerment program (STEP)* com duração de 2 anos e fundos de US$ 2.4 milhões.
- Página web institucional do Consórcio promovendo todos os *clusters* (www.turismocdct.org).



Dentro dos resultados e ganhos obtidos pelos *clusters* turísticos, não se pode deixar de mencionar a replicação de projetos e programas bem sucedidos, de um *cluster* para outro, tais como:

- Programa de treinamentos de Barahona, realizados por Constanza e Samaná.
- O Mapa guia de Jarabacoa foi aproveitado por Barahona.
- *Bandera Azul,* programa realizado também por Puerto Plata, Samaná e La Altagracia, com assistência de Romana-Bayahibe.
- Assistência ao acesso de fundos da Agência Espanhola de Cooperação Internacional (AECID) (Barahona y Santo Domingo).
- Implementação de Voos Comerciais entre San Juan, Puerto Rico, Barahona e Constanza.

- *Fresh Market* de Constanza replicado por Barahona em seu *Destination Market*.

Metas dos *clusters* turísticos dominicanos

Os *clusters* estão em distintos níveis de maturidade institucional e será preciso trabalhar arduamente para conseguir o mesmo nível de desenvolvimento.

Uma de suas principais metas é conseguir a sustentabilidade financeira antes que se acabem os fundos destinados pela USAID.

Além disso, os *clusters* e o Consórcio Dominicano de Competitividade Turística (CDCT) deverão seguir executando ações para garantir que os destinos sejam bem geridos e se convertam em exemplos de turismo sustentável.

Por outro lado, existe o desafio de aumentar o compromisso por parte dos Ministérios do Estado ligados ao Turismo, principalmente do Ministério do Turismo, que pode atrasar muitas ações nos destinos.

A cooperação é fundamental entre as empresas do *cluster* para que mantenham o aumento da competitividade.

Conclusão

Os *clusters* turísticos são complexos em seus processos de nascimento, desenvolvimento e maturação porque possuem muitas facetas e atores com agendas distintas, porém coincidentes.

A República Dominicana soube adaptar à sua própria realidade o modelo dos *clusters*. Menos de uma década após ter iniciado o processo na área de turismo, já deu mostras de que é um exemplo regional que pode ser replicado.

No país havia uma grande resistência ao trabalho conjunto do setor público com o privado e muito mais nas comunidades locais anfitriãs

envolvidas. Por essa razão, o diálogo que os *clusters* turísticos permitiram entre esses interlocutores é um grande avanço.

A pesar de não serem um caso único no mundo, os *clusters* turísticos têm muito que mostrar e ensinar. Elencar o ocorrido em dez pontos turísticos do país e tratar de multiplicar a experiência em outros lugares da geografia nacional que encaram o turismo como atividade motora de desenvolvimento é importante para manter os ganhos que se podem obter quando se acredita e se aposta no modelo de *cluster*.

Foram muitos os avanços obtidos na criação de capital social e incremento dos empregos, nas vendas e investimentos nas regiões, mas os *clusters* turísticos estão em diferentes etapas de maturação e consolidação e ainda precisam de um acompanhamento para o fortalecimento de suas estruturas, direção estratégica e capacidades de gestão.

Uma meta fundamental para os *clusters* será ter sempre a capacidade de cooperar e competir de maneira simultânea, focados em quatro estratégias fundamentais: tecnologia, formação, sustentabilidade e internacionalização.

O Consórcio Dominicano de Competitividade Turística (CDCT) – ONG dominicana que agrupa os *clusters* turísticos para fomentar a competitividade sustentável e a equidade no setor turístico da República Dominicana – será responsável por levar sempre a bom porto os *clusters* turísticos nesses pontos centrais.

Para tanto, deverá fazer uso da assistência técnica necessária e de indicadores que detectem o posicionamento detalhado dos *cluster* e as demandas de melhorias, para que as organizações gestoras de destinos implementem de maneira adequada o turismo sustentável, a competitividade e a promoção conjunta.

O CDCT deverá lutar para alcançar mais reconhecimento e colaboração dos Ministérios de Turismo, Cultura e Meio Ambiente e Recursos Naturais para cumprir, de maneira mais efetiva, as metas dos *clusters* de se converterem em DMO's ou Organizações Gestoras de Destinos (OGD).

Uma OGD eficiente deve coordenar os elementos do destino (atrações, amenidades, acessibilidade, recursos humanos, imagem e preço) para

que sejam divulgados (Marketing) e mantenham a qualidade (no destino), ao mesmo tempo que zela para que haja um entorno favorável quanto às políticas, regulações, legislação e impostos.

O caminho percorrido dos *clusters* turísticos mostra que existem as bases para que o êxito esteja mais ou menos garantido. Tudo dependerá da vontade firme dos atores em não se desviar do caminho, buscando sempre a equidade e a competitividade no desenvolvimento de um turismo mais sustentável, que deverá envolver os elementos que lhe garantem o equilíbrio: o econômico, o sociocultural e o ambiental.

Finalmente, as atividades do Consórcio Dominicano de Competitividade Turística (CDCT) deverão contribuir sempre para: gerar mudanças mentais orientadas à união e à competitividade; construir instituições locais mais fortes; promover a inclusão, a iniciativa local e a democracia; impulsionar o turismo sustentável; a conservação do meio ambiente, a eficiência econômica e a preservação e inclusão da cultura e das comunidades; enxergar a liderança como aspecto essencial (no nível dos *clusters*, a combinação de um Diretor Executivo e um Presidente forte e dinâmico é um determinante chave para o êxito) e assegurar o apoio de contribuintes para a agenda contínua dos trabalhos a serem feitos nos destinos.

Referências bibliográficas

Chemonics International. Informe final do Programa de Competitividad y Políticas. Santo Domingo, 2007.

Dominican Sustainable Tourism Alliance (2007-2010). Diversos documentos do Projeto USAID-DSTA. Santo Domingo.

Los clústeres ayudan a generar y exportar el conocimiento en el sector turístico. *Revista Hosteltur,* 18 fev. 2010.

Porter, M.E. *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press, New York, 1998.

Sölvel, Örjan. *Clústeres*: Equilibrando Fuerzas Evolutivas y Constructivas. Estocolmo: Ivory Tower Publishers, 2008.

CURRÍCULO DOS AUTORES

ORGANIZADORES

Alexandre Panosso Netto

Professor Livre-Docente na Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo-EACH-USP. Coordenador do Mestrado em Turismo da EACH-USP no período 2014-2018. Possui mais de 20 livros na área do turismo e outros 30 artigos publicados em revistas científicas. Blog: panosso.pro.br

Luiz Gonzaga Godoi Trigo

Professor Titular na Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo-EACH-USP. Foi coordenador do curso de Lazer e Turismo da EACH-USP. Tem 40 anos de experiência no campo do turismo, lazer, entretenimento e áreas afins. Possui mais de 20 livros na área do turismo e outros 30 artigos publicados em revistas científicas. Blog: luiztrigo.blogspot.com.br

COLABORADORES AUTORES DE CAPÍTULOS

Aguinaldo César Fratucci

Professor doutor na Universidade Federal Fluminense (UFF), Brasil. É coordenador do Mestrado em Turismo da UFF. Atua em gestão de destinos turísticos, ordenamento territorial, políticas públicas de turismo, epistemologia do turismo e turismo em áreas urbanas. E-mail: acfratucci@gmail.com

Alfredo Almonacid

Administrador do Parque Reserva Costeira Valdiviana. The Nature Conservation. E-mail: aalmonacid@tnc.org

Ana Paula Garcia Spolon

Professora pós-doutora na Universidade Federal Fluminense (UFF), Brasil. Pesquisa sobre hospitalidade, desenvolvimento imobiliário, arquitetura hoteleira e as relações entre a hotelaria e o processo de produção e consumo de espaços urbanos. E-mail: anapaulaspolon@gmail.com

Aurora Hernández Ulate

Professora doutora e investigadora na Universidad Nacional Costa Rica, Campus de Nicoya. Possui vários artigos científicos sobre o turismo na América Central e Caribe.

Carla Guerrón Montero

Doutora em Antropologia Cultural pela University of Oregon (Eugene, Oregon). É professora associada de Antropologia na University of Delaware. Faz parte da Women's Studies and Black American Studies da University of Delaware. Seus estudos estão centrados no fenômeno da globalização e mais especificamente no turismo na América Latina e no Caribe; E-mail: cguerron@udel.edu

Edgardo Oyarzun Mendez

Acadêmico e Pesquisador do Instituto de Turismo, Universidad Austral de Chile. E-mail: eoyarzunmendez@gmail.com

Elva Esther Vargas Martínez

Professora Doutora e pesquisadora na Faculdade de Turismo e Gastronomia da Universidade Autônoma do Estado do México, México- UAEMex. Sua linha de investigação são os estudos ambientais e administrativos do turismo, centrando-se na gestão das empresas turísticas. Um de seus projetos mais recentes foi desenvolvido no destino turístico de Cancún, que apresenta em seu capítulo. Possui vários artigos e capítulos de livros que abordam o tema do turismo. E-mail: elvacolegio@hotmail.com

Glauber Eduardo de Oliveira Santos

Professor Doutor na Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo-EACH-USP, onde dá aulas na graduação em Lazer e Turismo e no Mestrado em Turismo. Possui dois livros na área do turismo e por volta de 30 artigos publicados em revistas científicas. site: www.economiadoturismo.com.br

Guillermo Miranda Román

Doutor em Antropologia, associado ao CIETUR-UAEM. Email: gmro@uaemex.mx.

Héctor Caripan Sanzana

Pesquisador associado do Instituto de Turismo, Universidade Austral de Chile. E-mail: hcaripan@gmail.com

Juan Carlos Picón Cruz

Professor doutor e investigador na Universidade Nacional Costa Rica, Campus de Nicoya. Possui vários artigos científicos sobre o turismo na América Central e Caribe.

Juana Norrild

Licenciada em Comunicação Social pela Universidade Nacional de La Plata. É investigadora associada no Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos de Buenos Aires – Argentina.

Laura Eugenia Tovar Bustamante

Mestre em Estudos Turísticos pela Faculdade de Turismo e Gastronomia da UAEM, México. Email: la.tovar@hotmail.com

Luis Báez Penha

Atua na Delegação MINTUR Cego de Ávila, Cuba.

Marcelino Castillo Nechar

Doutor em Ciências Políticas e Sociais, vinculado ao Centro de Investigação e Estudos Turísticos (CIETUR) da Universidad Autónoma del Estado de México. Possui mais de 10 livros na área do turismo e vários artigos científicos. Email: marcanec62@hotmail.com.

Marcello de Barros Tomé Machado

Professor doutor na Universidade Federal Fluminense (UFF), Brasil. Atua no curso de turismo e de Mestrado em Turismo da UFF. Seus Interesses de pesquisa estão relacionados a turismo e meio ambiente, turismo e inclusão social, turismo e modernidade, e turismo no Rio de Janeiro. E-mail: marcellotome@gmail.com

María Caridade Falcão Rodríguez

Atua na Universidade de Cego de Ávila, Cuba. E-mail: mariaf@economia.unica.cu

María Cristina Otero Gómez

Professora na Universidad Santo Tomás – Universidad de los Llanos. E-mail: motero@unillanos.edu.com

María Elena Betancourt García

Professora doutora no Centro de Estúdios Multidisciplinar os de Turismo. Universidade do Camagüey, Cuba. Possui vários artigos publicados sobre o turismo em Cuba e na região do Caribe. E-mail: elena.betancourt@reduc.edu.cu

María Luisa Rendón

Docente do Programa de mestrado em Ecoturismo da Universidad Nacional Agraria La Molina (Lima-Peru) e do Programa de Especialização em Gestão do Patrimônio e Turismo Sustentável da Universidad Nacional de Luján (Buenos Aires-Argentina). Autora de livros sobre Desenvolvimento Turístico Municipal. E-mail: malurendon@yahoo.com

Marisol Orozco Guerrero

Mestre em Agroindústria Rural, Desenvolvimento Territorial e Turismo Agro Alimentício (MARDTyTA). Vinculada ao Centro Universitário UAEM, Tenancingo. Email: marysol_og@yahoo.com.mx.

Pilar Constanzo

Especialista em Gestão de Destinos do Consórcio Dominicano de Competitividade Turística. Diretora de Hotelaria e Turismo da Universidade Católica Santo Domingo, República Dominicana (UCSD). E-mail: pilar@turismocdct.org

Regina G. Schlüter

Doutora em Psicologia Social pela Universidad J. F. Kennedy, Buenos Aires, Argentina. É professora titular na Universidad Nacional de Quilmes, Argentina, e Diretora-Editora da publicação acadêmic a Estudios y Perspectivas en Turismo. Suas principais áreas de investigação são o patrimônio intangível, o turismo gastronômico e o desenvolvimento local no âmbito rural. E-mail: regina_schluter@yahoo.com.

Simon Bidwell

Mestre em Estudos de Desenvolvimento na Universidad de Victoria em Wellington (Nova Zelândia) e Bacharel com Honra em Filosofia pela Universidade de Canterbury (Nova Zelândia). Tem extensa experiência de trabalho no setor público na Nova Zelândia. Esteve envolvido com a implantação de projetos de turismo alternativo em Cabanaconte, Peru. Autor da tese sobre o Impacto do Turismo Rural no Desenvolvimento do Vale do Colca, assim como de diversos artigos relacionados. Tutor e pesquisador convidado na Universidad Nacional de San Agustín, em Arequipa, Peru. E-mail: simon_bidwell@yahoo.com

Wilson Giraldo Pérez

Universidad de los Llanos. Villavicencio, Colombia. E-mail: wgiraldo@unillanos.edu.co

Revisão, Diagramação, Impressão e Acabamento:

TRIUNFAL®
GRÁFICA & EDITORA

Assis - SP
Fone: (18) 3322-5775
Fone/Fax: (18) 3324-3614
vendas@graficatriunfal.com.br
www.graficatriunfal.com.br

"O grande continente Latino Americano chega ao século 21 com novas possibilidades e inovações. O Produto Interno Bruto se expandiu majoritariamente no setor terciário. As economias locais deixaram de ser apenas de monocultura ou de matérias primas baratas para exportação e se sofisticaram nos setores de finanças, varejo, entretenimento, hospitalidade, gastronomia, comunicações e turismo.

Em um continente onde ainda existe uma profunda injustiça social, violência criminal localizada em algumas áreas, desafios imensos para governos jovens e em fase de estabilização, há que se discutir e louvar a existência de exemplos edificantes no setor de turismo.

Portanto, são dois os temas principais que os autores deste livro se propõem: 1) analisar como o continente despertou para a importância da profissionalização em turismo, para a diversidade de suas atrações e para a melhoria da qualidade de serviços e produtos e; 2) descrever por meio de análises críticas casos de sucesso e boas práticas de turismo na América Latina."

ISBN 978-85-61175-52-8

9 788561 175528

PRCEU
pró-reitoria de cultura e extensão universitária
USP